

VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA  
EKONOMICKÁ FAKULTA

KATEDRA APLIKOVANÉ INFORMATIKY

Internetové služby v reálném životě

Internet Services in Real World

Student: Filip Polok

Vedoucí bakalářské práce: Ing. Martin Pochyla, Ph.D.

Ostrava 2010

**Poděkování:**

Rád bych poděkoval Ing. Martinovi Pochylovi Ph.D. za odborné vedení při zpracovávání mé bakalářské práce.

**Prohlášení studenta:**

Místopřísežně prohlašuji, že jsem celou práci, včetně všech příloh, vypracoval samostatně.

Ostrava, 4. 5. 2010

.....

podpis

## Obsah

1.	Úvod.....	1
2.	Metodologická východiska, vymezení pojmů.....	3
2.1	Internet .....	3
2.2	Web 2.0 .....	4
2.3	Sociální sítě .....	5
2.4	Dotazník.....	7
3.	Analýza současného stavu .....	9
3.1	Komunikace.....	9
3.1.1	Chat.....	9
3.1.2	ICQ.....	10
3.1.3	Skype .....	11
3.1.4	Internetová diskuze .....	12
3.1.5	E-mail .....	13
3.1.6	Seznamka.....	15
3.2	Vyhledávání oblastí a informací .....	16
3.2.1	Internetová mapa .....	16
3.2.2	Earth.....	17
3.2.3	Internetový vyhledávač .....	18
3.2.4	Internetové encyklopedie a slovníky.....	19
3.3	Internetové stránky .....	21
3.3.1	Webhosting.....	21
3.3.2	Blog .....	22
3.3.3	Google Analytics .....	23
3.4	Obchod a bankovníctví .....	24

3.4.1	E-shop .....	24
3.4.2	Aukce.....	25
3.4.3	Internetové bankovníctví .....	26
3.5	Správa dokumentů, fotografií.....	27
3.5.1	Google Docs.....	27
3.5.2	Google Picassa .....	28
3.6	Internetová publikace .....	29
3.6.1	Internetové zpravodajství .....	29
3.6.2	Internetová videa .....	30
3.7	Hrozby užívání internetových služeb .....	31
3.7.1	Krádež údajů (phising a pharming) .....	31
3.7.2	Záměna identity .....	33
3.7.3	Závislost.....	33
3.7.4	Zastaralé a klamavé informace v prostředí internetu ....	34
4.	Průzkum využití internetových služeb.....	35
5.	Výsledky a hodnocení přínosu průzkumu .....	37
5.1	Věk, pohlaví a studijní obor respondentů .....	37
5.2	Užívání internetu .....	37
5.3	Sociální sítě .....	40
5.4	Služby pro komunikaci .....	41
5.5	Vyhledávání v mapách a informacích .....	43
5.6	Prezentace na internetu .....	43
5.7	Internetové obchodní transakce .....	44
6.	Závěr.....	46

Literatura a použité zdroje

Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce

## Seznam příloh

Příloha 1: Dotazník - Internetové služby v reálném životě

## 1. Úvod

*„Jsme oběti moderních technologií“* nebo *„Internet je studnice vědomostí i zkáza lidstva“*, takto nějak by se dalo označit používání internetu v současné době. Internet se neustále rozvíjí a spolu s ním se rozvíjejí i služby, které poskytuje. Tyto služby jdou vývojově neustále kupředu, čímž nás nutí zvykat si na jejich nové verze, kterým se musíme neustále přizpůsobovat. Nové verze služeb nám přinášejí mnoho zajímavých novinek, čímž nám usnadňují práci, šetří čas a zlepšují život. Bohužel s jejich používáním se ve stále větší míře člověk dostává mimo reálný život. Lidé mezi sebou častěji komunikují a vyměňují si informace prostřednictvím sítě Internet, než aby dávali přednost osobnímu kontaktu, který je z jejich pohledu okrádá o drahocenný čas a bere jim pohodlí.

Nejpočetnější skupinou užívající internet jsou mladí lidé, kteří jsou také nejčastějšími uživateli velkého počtu internetových služeb. Druhou početnou skupinou jsou lidé středního věku, kteří užívají internet zejména z pracovních důvodů.

V podstatě se dá říci, že si lidstvo nynější svět bez internetu nedokáže představit. Internet nám poskytuje velkou škálu informací, ze které neustále čerpáme a učíme se novým a novým věcem.

Stejně jako používání internetu přináší řadu výhod, přináší internet i řadu nevýhod, lépe řečeno hrozeb. Z oblasti výhod můžeme jmenovat např. komunikaci s ostatními lidmi, elektronické knihy, časopisy a dokumenty, místa pro sdílení souborů s námi zvolenými lidmi, návody pro jednotlivé věci, ať už v textové, či ve video podobě.

Co se týká nevýhod a hrozeb, jedná se často o manipulaci s osobními údaji uživatele, dále pak o nedostatečné zabezpečení, kterého využívají zejména škodlivé programy, jako jsou viry, malware, spyware, phishing, pharming apod.

Cílem mé bakalářské práce je nastítnit přehled zajímavých a v současnosti nejpoužívanějších internetových služeb, na jakém principu jednotlivé služby fungují, jejich světlé i stinné stránky, proč jsou tyto služby tak oblíbené, vzniklé kauzy za dobu existence daných služeb a vyskytující se hrozby při užívání těchto služeb. Míra užívání internetových služeb bude zjištěna na základě průzkumu mezi studenty Ekonomické fakulty VŠB-TU Ostrava.

## 2. Metodologická východiska, vymezení pojmů

### 2.1 Internet

Slovo internet můžeme vysvětlit pouze technickým pojmem, jiné jednodušší vysvětlení slova internet se ani nepoužívá. Slovo internet vzniklo spojením dvou slov, z předpony inter (česky řečeno mezi) a ze slova net (zkratka pro network, česky řečeno síť). Původně se jednalo o označení jedné ze sítí, jež byla připojena k internetu, avšak později došlo k zobecnění pojmu, který dnes označuje celou síť.

Internet se skládá z navzájem propojených sítí, jež mezi sebou komunikují prostřednictvím počítačů a v nich prostřednictvím rodiny protokolů TCP/IP. Internet je často označován jako tzv. „sít sítí“. Jednotlivé počítačové sítě jsou spojeny síťovými uzly, kterými může být samotný počítač, ale i speciální zařízení k tomu určené, např. router. Každý počítač má díky rodině TCP/IP protokolů svou IP adresu. Zkratka IP znamená Internet Protocol, což je protokol, pomocí kterého spolu komunikují všechna zařízení v prostředí Internetu. Pro snadnější orientaci v prostředí Internetu se místo IP adres používají doménová jména, tedy jednoznačný identifikátor počítače či počítačové sítě. [15]

Jak jsem již zmínil, internet je studnicí vědomostí. Nabízí nepřeberné množství informací v jakékoliv podobě. Uživateli stačí jen požadované informace nalézt.

Pro užívání internetu potřebuje uživatel jakýkoliv internetový prohlížeč. Internetových prohlížečů je dnes celá řada. Nejpoužívanějším prohlížečem ve světě je Internet Explorer, následovaný prohlížečem Mozilla Firefox, na třetím místě je prohlížeč Chrome. V České republice první místo patří prohlížeči Mozilla Firefox, na druhém místě je Internet Explorer, jenž dlouho převládal na prvním místě, a třetí místo drží prohlížeč Opera.[36] Oba nejpopulárnější prohlížeče se nacházejí pod neustálými hackerskými útoky, obě společnosti tak musí pro své



prohlížeče velice často vydávat bezpečnostní záplaty, které zamezují dalším podobným útokům. Hackeři jsou ale stále o krok vpředu před těmito společnostmi, i díky tomu, že si uživatelé neaktualizují své prohlížeče na novou verzi. [4]

## 2.2 Web 2.0

Pojem web 2.0 se poprvé objevil, když Tim O'Reilly se zástupci Medialive International jednali o názvu konference pořádané v roce 2004.[30] Na základě obrázku 1 by se stručně dalo říci, že se jedná o soubor principů, kde je základním prvkem web jako platforma. Na této platformě běží několik stovek služeb a systémů. Od předchozí verze se výrazně odlišuje možností sdílet informace mezi uživateli konkrétní služby, jedná se tedy o sociální síť.[23]



Obrázek 1 - WEB 2.0[23]

## 2.3 Sociální sítě

Jedná se o propojenou skupinu lidí, kteří se vzájemně ovlivňují. Sociální síť je tvořena na základě zájmů, rodinných vazeb nebo z jiných důvodů, může se tvořit i v zájmových skupinách kolem webů, například na fórech těchto webů.[25] Pojem sociální síť je dnes velmi úzce spojena s internetem a s nástupcem webů, které se na vytváření těchto sítí přímo zaměřují, jedná se například o nejpopulárnější sociální síť dnešní doby Facebook.cz, z dalších můžeme jmenovat například Lide.cz, Libimseti.cz, Twiter.com nebo Badoo.com.

Facebook dnes obsahuje přes 300 miliónů registrovaných uživatelů na světě a jejich počet nadále roste.[34] Proč jsou sociální sítě tak oblíbené? Nejpočetnější skupinou uživatelů jsou mladí lidé, kteří tráví na internetu čím dál tím více času, zejména na zmiňovaných sítích, které nahrazují dříve oblíbené deníky vedené dnes v elektronické podobě. Na rozdíl od klasických deníků jsou informace zveřejňovány na sociálních sítích a ihned po publikování jsou přístupny dalším uživatelům, kteří tak mohou s autorem doslova minutu po minutě prožívat jeho život. V prostředí sociálních sítí má uživatel dovoleno nahrávat svá oblíbená videa, hrát hry, sdílet soubory různého druhu apod.

V dnešní době se sociální sítě staly vyhledávaným artiklem a jejich oblíbenost stále roste, stejně tak i počet uživatelů využívajících tyto sítě. Masové používání sociálních sítí přináší nebezpečí spojená se zneužitím osobních údajů. Mnoho mladých lidí si neuvědomuje, jaké následky jim může zveřejnění údajů přinést do budoucna. Nebezpečí používání sociálních sítí nepředstavuje jen zveřejnění osobních údajů, ale rovněž například internetová šikana (obtěžování prostřednictvím internetových stránek nebo mobilních zpráv), grooming (seznamování dospělých s dětmi s cílem sexuálního zneužití) nebo rizikové chování (zde se může jednat o odhalování osobních informací).

Každá sociální síť již zaznamenala nějakou kauzu. V případě Facebooku se jedná o volné nakládání osobních údajů uživatelů, což má za následek zobrazování cílených a efektivních reklam jednotlivým uživatelům. Součástí Facebooku je i nedobře zpracovaný systém práv uživatele v oblasti přidávání přátel. Problematika tkví v tomto: pokud si uživatel nesprávně nastaví způsob přijímání nových přátel, bude přibývat počet jeho přátel, i když žádná povolení nezadával; jedná se o situace, kdy jeho kamarád, kterého má v seznamu přátel, přijme další osoby za své přátele a tito se okamžitě stávají přáteli i samotnému uživateli.[33]

Ze sítě Facebooku těží zejména firmy a společnosti, které v této síti vyhledávají své zaměstnance a kontrolují si, zda v pracovní době plní své povinnosti nebo se naopak nacházejí na této síti, dále pak jestli po dobu trvání nemocenské dodržují léčebný režim a odpočinek, což může mít pro ně vážné kázeňské důsledky.[45] Obdobný postup je při výběru vhodného kandidáta na uvolněnou pracovní pozici, avšak v obráceném smyslu. Další obdobou je specializace firem a organizací s cílem najít vhodné potencionální zákazníky pro své produkty.[9]

Sociální síť Twitter, oblíbená zejména v Severní Americe, se zviditelnila zejména svou problematickou ochranou před útoky škodlivých programů. Twitter je hlavně u nás vnímán jako sociální síť s přívlastkem „sociální síť plná virů“.[21]

Česká sociální síť Libimseti proslula především svým zabezpečením. Na podzim roku 2008 dosud neznámý hacker využil díru v jejím zabezpečení a odcizil přes 12 000 fotografií náležející více než 1000 uživatelkám. Mediální ohlas na tuto skutečnost byl obrovský, jednalo se totiž o intimní fotografie uživatelek, které měly uložené v albech na této síti, přičemž pro přístup k těmto albům bylo vyžadováno heslo. Během několika týdnů pak tento neznámý pachatel tyto fotografie nahrál na veřejně dostupná disková úložiště, odkud se rozšířily do osobních počítačů mnoha lidí.[38]

Poslední zmíněnou sociální sítí je Badoo, tato síť proslula posíláním navštívenek lidem uloženým v kontakt listu na uživatelských e-mailech, na níž se uživatel mohl prostřednictvím navštívenky připojit. Uživatelé této sítě neměli nejmenší tušení o zasílaných pozvánkách a Badoo takto získal mnoho nových uživatelů. Tato sociální síť klade důraz především na efektivní marketing.[12]

## 2.4 Dotazník

Dotazník je nejběžnějším způsobem sběru různých dat, která se využívají pro různorodé průzkumy. Je složen ze souboru otázek, jejichž cílem je získání názorů a faktů od respondentů.

V dotazníku budou použity následující typy otázek:

- **Povinné otázky** – tyto otázky musí být zodpovězeny, nelze je přeskočit
- **Nepovinné otázky** – na tuto otázku respondent nemusí odpovídat
- **Otevřené otázky** – cílem je spontánní vyjádření respondenta na danou problematiku
- **Uzavřené otázky** – respondent je nucen si vybrat z nabízených možností
- **Otázky s jednou možnou odpovědí** – respondent je povinen zvolit pouze jednu odpověď
- **Otázky s více možnými odpověďmi** – respondent může zvolit více nabízených odpovědí

### **Výhody dotazníku**

- Nejlevnější metoda průzkumu
- Jednoduché zpracování a vyhodnocení
- Respondent jej může vyplnit i z prostředí svého domova
- Jednoduchý pro vyplnění

### ***Nevýhody dotazníku***

- Možná obtížnost zisku respondentů
- Možnost uvádět nepravdivé a klamavé informace

## 3. Analýza současného stavu

### 3.1 Komunikace

#### 3.1.1 Chat

Pojem chat vyjadřuje krátkou komunikaci mezi dvěma a více lidmi prostřednictvím komunikační sítě. Komunikace probíhá vždy v reálném čase, neexistuje zde možnost, aby příjemce zprávy na danou událost mohl reagovat až v době své přítomnosti. Komunikace probíhá prostřednictvím psaného textu. Chat funguje skrze komunikační protokol IRC (Internet Relay Chat), což je protokol pro komunikaci v reálném čase.[14]

Pro užívání této komunikace musí být uživatel zaregistrován u příslušného provozovatele chatu, tento je z pravidla rozdělen do tematických oblastí. Uživateli je dovoleno komunikovat veřejně, jeho příspěvky jsou zobrazovány všem účastníkům chatu, dále možnost komunikovat s konkrétním uživatelem, jemuž jedinému se zobrazují příspěvky. Pro komunikaci je dovoleno užívat libovolnou barvu písma, emotikony a vkládat odkazy.

#### ***Výhody chatu***

- Relativní anonymita uživatelů
- Jeden ze způsobů komunikace mezi lidmi, obzvlášť vítaná, pokud jsou komunikující lidé od sebe na velkou vzdálenost
- Odreagování se od reálného světa

#### ***Nevýhody chatu***

- Relativní anonymita uživatelů
- Možnost závislosti na virtuálním světě
- Zdravotní rizika způsobená neustále se opakujícími stejnými pohyby
- Virtuální agresivita
- Možnost seznámení se s nebezpečnými osobami

### 3.1.2 ICQ

Zkratka ICQ obsahuje 3 slova I Seek You. ICQ je program pro instant messaging, tedy internetová služba umožňující sledování přítomnosti svých přátel a možnosti s nimi komunikovat.[39] Tato služba využívá protokolu OSCAR (Open System for CommunicAtion in Realtime), což můžeme v češtině vyjádřit jako otevřený systém pro komunikaci v reálném čase.[31]

ICQ umožňuje s kontakty snadno komunikovat. Uživatel může svému kontaktu zasílat zprávy, soubory, internetové odkazy, pohlednice, provádět rozhovor, hrát hry apod. Program rovněž slouží pro vyhledávání nových kontaktů. Díky své jednoduchosti a snadnému ovládání si získal oblibu mnoha lidí.

Stavebním kamenem v systému ICQ je číslo UIN (Universal Internet Number), které systém přiděluje při každé instalaci a registraci programu. Celý systém je spravován centrální databází, která je propojená na další servery internetové sítě.[7]

I ICQ je terčem virových útoků, které jsou uživateli zasílány ve formě odkazu na speciálně upravené internetové stránky. Po kliknutí na daný odkaz se uživateli do počítače stáhne a spustí škodlivý program. Často tyto odkazy přicházejí od lidí, které má uživatel uložené mezi svými kontakty, což je hlavním důvodem, proč uživatelé na tyto odkazy klikají.[27]

Další nevýhodou pro program ICQ je neustálé zobrazování reklamy, což má vliv na zatížení paměti v počítači, proto někteří uživatelé přešli k užívání podobných programů, jako je například Miranda či Qip.[28] ICQ se nesmí používat ke komerčním účelům, přesto se tak děje vlivem neznalostí licenčních podmínek.[22]

### ***Výhody ICQ***

- Snadné ovládání aplikace
- Rychlá orientace v uložených kontaktech
- Textová i video komunikace s kontakty
- Možnost odeslání zprávy přímo ze seznamu kontaktů
- Automatické ukládání komunikace s danou osobou

### ***Nevýhody ICQ***

- Rozesílání odkazů na zavírované stránky bez vědomí majitele účtu
- Při nepřečtení poslané zprávy a opětovném přihlášení je zpráva automaticky uložena do historie zpráv a brána jako by byla přečtena
- Zobrazování reklamy
- Velké nároky na paměť v počítači

### **3.1.3 Skype**

Skype je počítačový program, který umožňuje provozovat internetové hovory, k čemuž využívá VoIP (Voice over Internet Protocol), tedy technologii umožňující přenášet digitalizovaný hlas.[43] Patří do skupiny instant messengerů. Tento program umožňuje realizovat telefonní hovory mezi svými uživateli zcela zdarma, dále umožňuje videokonferenci i zasílání zpráv a souborů svým kontaktům. Uživatel může volat prostřednictvím tohoto programu i na klasická telefonní čísla, tato služba je však již zpoplatněna. V rámci programu vystupuje uživatel pod jedinečnou přezdívkou.[26]

Zajímavou novinkou v dosud nejnovější verzi Skype je možnost sdílení plochy s účastníkem komunikace, toto v praxi znamená, že pokud je potřeba řešit nějaký problém, uživatel vidí na své obrazovce programu Skype plochu svého spoluvolajícího, ale nemůže jeho plochu nijak ovládat.

Skype se stal díky svým službám velmi oblíbeným programem, který využívá několik miliónů lidí, zvláště ceněným se stal díky kvalitnímu zvuku i při pomalém připojení k internetu.[42]



### ***Výhody Skype***

- Kvalitní zvuk při pomalém připojení k Internetu
- Šifrovaný přenos zpráv
- Sdílení plochy s účastníkem komunikace
- Možnost komunikace s více uživateli najednou – konference
- Jednoduché ovládání

### ***Nevýhody Skype***

- Uzavřený protokol
- Nemožnost kontrolovat tok dat
- Centrální řízení služby

#### **3.1.4 Internetová diskuze**

Pod pojmem internetová diskuze si můžeme představit místo na internetu, kam lidé vkládají své názory a reakce na konkrétní události, kterými může být článek, zpráva či příspěvek jiného uživatele diskuze. Na rozdíl od IRC kanálů, tedy míst, kde komunikují mezi sebou uživatelé, právě připojení k danému kanálu nebo chatu, se internetová diskuze odlišuje. Autoři příspěvků nemusí být ke stránce připojení současně a reagovat tak bezprostředně.

Podle základního účelu dělíme internetovou diskuzi na tyto typy:

1. Diskuze ke stránce nebo článku
2. Návštěvní kniha
3. Diskusní fórum
4. Otázky a odpovědi

Diskuze může být regulována či řízena pomocí softwarového provedení. Uživatel se do příslušné diskuze musí mnohdy zaregistrovat, čímž je získána určitá jistota, že pod určitým jménem nebo přezdívkou nebude v diskuzi vystupovat nikdo jiný, než ten, kdo si ji zaregistroval. V některých diskuzích je zobrazována IP adresa s cílem oslabit pocit anonymity a nezodpovědnosti příspěvateľů.[16]

V internetové diskuzi se vyskytují moderátoři, jejichž cílem je dohlížet nad pověřenou internetovou diskuzí, aby například neobsahovala nesmyslné a hanlivé příspěvky. Moderátoři mají také právo zamezit vstupu osobám porušujícím pravidla diskuze.

Diskuze může být veřejná nebo neveřejná. K veřejným diskuzím mají přístup všichni uživatelé, naopak k neveřejným diskuzím mají přístup jen ti uživatelé, kteří byli do této diskuze pozváni.

Internetové diskuze trpí nepřizpůsobivými uživateli, jejichž snahou je na sebe upoutávat pozornost, ať už hanlivými výrazy, nesmyslnými příspěvky či svou „genialitou“, tedy stylem „všude byl a všechno zná“.

#### ***Výhody internetové diskuze***

- Více pohledů na jednu věc
- Možnost smysluplné a zajímavé diskuze

#### ***Nevýhody internetové diskuze***

- Velký počet nesouvisejících příspěvků s tématem

### **3.1.5 E-mail**

Celým názvem elektronická pošta, zkráceně e-mail (taktéž jako email) je způsob pro odesílání, doručování a přijímání zpráv prostřednictvím internetu. Zpráva může obsahovat samotný text nebo také přiložené soubory zařazené v oblasti e-mailu jako příloha. Zprávy se posílají po internetu mezi počítači prostřednictvím protokolu SMTP (Simple Mail Transfer Protokol), tedy jednoduchého protokolu pro přenos pošty.[35]

Obsah e-mailové schránky si lze prohlížet dvojím způsobem: na dotyčném poštovním serveru prostřednictvím internetového prohlížeče nebo si lze všechny zprávy ze schránky serveru stáhnout do počítače pomocí protokolu POP3, tedy protokolu pro stahování e-mailových zpráv ze vzdáleného serveru na klienta, prohlížet si je a pracovat s nimi

v programu zvaném poštovní klient, například v Outlooku nebo v Outlooku Express od společnosti Microsoft.

V dnešní době uživatele nejvíce zatěžuje nevyžádaná pošta známá pod označením SPAM, jedná se o nevyžádané reklamní e-maily s různorodou tematikou.

Spam můžeme rozdělit do 3 kategorií:

1. **Komerční** – jedná se o různé nabídky na koupi různorodých produktů
2. **Uživatelský** – jedná se o různé řetězové dopisy (něco si přeji a pošlu to X lidem do Y minut) a hoaxy (soubor Z obsahuje virus)
3. **Viry** – jedná se o e-maily obsahující škodlivé programy

Spam způsobuje příjemcům ztrátu produktivity (čas pro mazání a třídění pošty), zvýšení ceny za připojení (přímé i nepřímé), nevhodný obsah, dále ztrátu vyžádaných zpráv (přeplnění schránky, zásahy filtru) apod.[1]

Dle zprávy společnosti McAfee počítačové spammeři rozešlou denně více než 150 miliard nevyžádaných e-mailů, na každého obyvatele Země tedy připadá okolo 30 spamových zpráv denně.[20]

Poštovní servery se neustále zdokonalují, již nyní disponují plnou řadou užitečných nástrojů. Každý e-mail prochází přes antivirovou a antispamovou ochranu. Pokud na náš poštovní server dorazí e-mailová zpráva obsahující jakýkoliv známý virus, zpráva je okamžitě zlikvidována. Antispamová ochrana funguje na jiném principu – podezřelé zprávy se nemazou, ale přidává se do předmětu zprávy speciální text. Každá zpráva dostává určité bodové ohodnocení na základě různých vlastností e-mailu. Čím větší počet bodů zpráva dostane, tím větší je pravděpodobnost, že se jedná o nevyžádanou poštu, od určitého počtu bodů jsou zprávy označovány jako nevyžádané.[29]

### ***Výhody e-mailu***

- Levný způsob komunikace s druhými
- Rychlé doručení e-mailu druhým osobám
- Nastavení si oznámení o přečtení zaslané zprávy či oznámení o příchodu nového e-mailu
- Možnost odpovědi s obsahem původní zprávy
- Možnost poslání e-mailu více lidem naráz

### ***Nevýhody e-mailu***

- Proměnlivá doba doručování e-mailů, tzv. zatoulání se e-mailu na cestě
- Posílání souborů je omezeno určitým množstvím megabytů
- Méně osobní – není napsán ručně a ručně podepsán

### **3.1.6 Seznamka**

Seznamka je místo, které uživatelé navštěvují s cílem najít svou novou lásku, nové kamarády či jen třeba najít např. nového spoluhráče pro jakýkoliv sport. Komunikace probíhá formou zveřejnění inzerátu a následné odpovědi na tento inzerát, seznamka je rozdělena do několika kategorií jako vážná seznámení, dopisování, flirt apod. Každá kategorie obsahuje několik podkategorií pro snadnější přehled a orientaci. Existují seznamky, kde je komunikace vedena prostřednictvím e-mailu, ICQ nebo například prostřednictvím programu Skype.

### ***Výhody sezonek***

- Možnost objevení zajímavých lidí
- Přehlednost, rozdělení inzerátů do kategorií

### ***Nevýhody sezonek***

- Vysoký výskyt falešných inzerátů
- Možnost neregistrovaných uživatelů vkládat inzeráty

## 3.2 Vyhledávání oblastí a informací

### 3.2.1 Internetová mapa

Internetová mapa je nástupcem klasických papírových map, které bylo potřeba čas od času vyměňovat za nové, obsahující aktuálnější data. V prostředí internetu problém aktualizace odpadá. Uživatelé pracují s mapou v prostředí internetového prohlížeče a požadavky na zpracování dat zasílají síťovými prostředky internetu na HTTP server, kde je specializovaná aplikace vyřizuje.[5]

Internetová mapa umožňuje lokalizovat mapovou oblast jako je vyhledání komunikace, městské části či parcely, dále dovoluje manipulovat s mapovým výřezem, ať jde o jeho posun či zvětšování, případně zmenšování mapy. Uživatel si může zobrazit vybranou část mapy v různých grafických vrstvách od nejjednoduššího pohledu až po fotografický snímek pořízený seshora, k dispozici jsou také různé mapové prvky jako zobrazení aktuálních silničních omezení, zobrazení fotografií objektů s krátkým popisem pro snadnější orientaci v dané lokalitě, k dispozici je i možnost lokalizace vybraného místa pomocí GPS souřadnic či využití měřiče vzdálenosti.

Uživatel má tak možnost si prostřednictvím této služby nechat naplánovat budoucí trasu dle jeho zadaných kritérií, nebo je mu dovoleno zobrazit historickou mapu z minulého století a porovnávat tak rozdíly a vnímat časový vývoj vybrané lokality.

#### ***Výhody internetových map***

- okamžitý přístup k informacím bez nutnosti instalace specializovaného programového vybavení na klientských stanicích nebo aplikačním serveru
- široká dostupnost aplikace přes internet/intranet
- několik druhů zobrazení, od základních jednoduchých map, až po skutečnou foto mapu /byť může být cca 2 roky stará/

### ***Nevýhody internetových map***

- Prostředí internetového prohlížeče neumožňuje plnohodnotné ovládání aplikace. Uživatel je ochuzen o řadu funkcí, zejména v oblasti pořizování a aktualizace (hlavně) grafických dat.
- Rychlost práce aplikace je limitovaná přenosovou rychlostí a zatížením sítě, hlavně však výkonem serveru, který zajišťuje vyřizování požadavků všech připojených klientů.

### **3.2.2 Earth**

Earth je aplikace společnosti Google. Mapy této společnosti nám poskytují základní i detailnější pohled na námi zvolenou lokalitu. Uživatel díky této aplikaci může virtuálně danými lokalitami libovolně procházet. Aplikace Earth umožňuje virtuální procházku nejen po městě, ale i po pohořích či například po mořském dně. Je dostupná zdarma, poskytuje detailní pohled ve vysokém rozlišení mnoha velkých měst, které se vyznačují vysokou hustotou zalidnění. Méně zalidněné oblasti tak detailní pohled již nenabízejí. Kvůli obavám z možných teroristických útoků jsou důležitá místa rozmazaná, jedná se tak o preventivní obranu před teroristy.

### ***Výhody aplikace Earth***

- Virtuální prohlídka vybrané lokality či takřka celého světa
- Snadné ovládání aplikace
- Je zdarma

### ***Nevýhody aplikace Earth***

- Problémy s ochranou osobních práv a majetku, zakrývání SPZ, rozmazávání obličejů chodců či domovních zvonků.
- Náročná z hlediska internetového připojení

### 3.2.3 Internetový vyhledávač

Jedná se o službu umožňující na internetu najít webové stránky, které obsahují požadované informace. Uživatel zadá do rozhraní vyhledávače klíčová slova, která charakterizují hledanou informaci, a vyhledávač obratem na základě své databáze vypíše seznam odkazů na stránky, které hledané informace obsahují (text, obrázky nebo jiné typy multimediálních informací). Databáze je udržována převážně automaticky, na rozdíl od internetových katalogů, které jsou udržovány převážně ručně.

Cílem vyhledávačů je poskytnout uživateli při odpovědi na dotaz co nejrelevantnější informace, a proto různými způsoby hodnotí důležitost webových stránek, které mají ve své databázi

Vyhledávač pracuje z větší části automaticky, k čemuž využívá desítky až statisíce počítačů. Kvalita vyhledávače je závislá na tom, jak kvalitní dává odpovědi, tj. jestli uživatel najde hledanou informaci na prvních místech odpovědi vyhledávače. Z tohoto důvodu je nutné měřit kvalitu stránek, které má vyhledávač ve své databázi a naopak majitelé stránek se snaží modifikací svých stránek dosáhnout na co nejvyšší pozice ve výstupu vyhledávače. Výsledkem je, že vyhledávač musí své metody neustále vylepšovat, aby vyhověl čím dál vyšším požadavkům svých návštěvníků.[18]

Internetové vyhledávače můžeme dělit na 2 typy: fulltextové vyhledávače a katalogové vyhledávače.

Fulltextový vyhledávač pracuje ve 3 krocích:

1. **Prohledávání internetových stránek** – speciální program vyhledávače prochází celý web a sbírá odkazy na internetové stránky. Obsah stránek pak pravidelně kontroluje, zda se na nich neobjevily nové informace.
2. **Indexování** – obsahy internetových stránek jdou indexovány pro co nejrychlejší nalezení adresy stránek, jež daný obsah

vlastní. Každý index je vytvořen tak, aby na prvních místech nabízel stránky s nejvyšší užitnou hodnotou.

**3. Vyhledávání** – databáze je zpřístupněna na vstupní stránce vyhledávače. Po zadání hledaných slov poskytne seznam adres, na kterých speciální program vyhledávače hledaná slova našel.

Katalogový vyhledávač obsahuje stránky, které jsou zařazeny do jednotlivých kategorií a podkategorií podle zaměření. Do katalogů je potřeba stránku zaregistrovat. Registrace je kontrolována správcem katalogu a poté je stránka přidána do katalogu. [17]

Podle zaměření dotazů internetové vyhledávače dělíme na tři typy: navigační, informační a transakční. Záměrem navigačního typu je nalézt jen jednu konkrétní stránku. Informační typ se užívá pro získání informací, které se mohou nacházet na jedné nebo více stránkách. U transakčního typu se jedná o další aktivitu na nalezených stránkách.

#### ***Výhody internetového vyhledávače***

- Uspokojivé nalezení vyhledávaných dat
- Dobrá orientace
- Velký výběr

#### ***Nevýhody internetového vyhledávače***

- Nutnost zadání správných identifikačních hesel
- Zanedbávání aktualizace databáze/katalogu
- Nejpoužívanější vyhledávače jsou pravidelně napadány útočníky ve snaze se přes vyhledávač dostat k uživateli do počítače

### **3.2.4 Internetové encyklopedie a slovníky**

Encyklopedie a slovníky jsou dalšími službami internetu, který na nás chrlí spoustu odborných a mnohdy neznámých slov. Nejznámější encyklopedií je Wikipedia, kde uživatel zadává klíčová slova a dostává požadované výsledky. Kromě toho může sám vkládat své vlastní znalosti,



důsledkem toho je neustálé rozrůstání dané encyklopedie. Všechny prováděné operace jsou řízeny moderátory, aby pod daným klíčovým slovem nenašel uživatel holý nesmysl. Encyklopedie se snaží, aby obsahovala pokud možno jen pravdivé údaje a působila dojmem důvěryhodnosti.

Slovník je další velice používanou službou. Uživateli poskytuje komfort na rozdíl od klasického slovníku, kde je uživatel nucen listovat slovníkem tak dlouho, dokud nedostane požadované slovo či slovní spojení. Další výhodou elektronických slovníků je široká zásoba slov, která je průběžně aktualizována.

V prostředí Internetu existují tyto typy slovníků:

- Odborný
- Spisovné češtiny
- Cizojazyčný
- Cizích slov
- Apod.

### ***Výhody encyklopedií a slovníků***

- Prvotní seznámení s neznámým fenoménem či problémem
- Uspokojivé výsledky
- Okamžitá odezva
- Nepřetržitý růst

### ***Nevýhody encyklopedií a slovníků***

- Místy chybějící či nedostatečné informace
- Kontrola zjištěných poznatků z dalších zdrojů

## 3.3 Internetové stránky

### 3.3.1 Webhosting

Označení webhosting znamená prostor pro naše internetové stránky, který si uživatel pronajímá na jiném serveru. Je to jedna ze základních voleb při umísťování stránek na internet. Webhosting je svázán s doménou, tedy adresou našich stránek.

V dnešní době existuje pestrá nabídka webhostingů, každý je však trochu jiný, nabízí různé služby, a za každý uživatel zaplatí rozdílnou cenu. Každá společnost poskytující webhosting nabízí obvykle několik webhostingových programů, jejichž obsah závisí na ceně.[10]

Webhosting se dá rozdělit do 2 kategorií. První kategorií jsou webhostingy, kde si uživatelé vytvářejí sami své internetové stránky prostřednictvím zdrojového kódu. Druhou kategorií jsou webhostingy, které uživateli nabízí již vytvořený design stránek, který je uživatel nucen použít a pro vylepšování svých stránek užívá metodu „wysiwyg“, což je akronym z anglické věty „What you see is what you get.“. [19] V češtině tato věta znamená „co vidíš, to dostaneš“, princip této metody spočívá v psaní textu, vkládání obrázků, tabulek apod. v prostředí, které poté uvidí návštěvník stránky, uživatel tak nemusí vůbec pracovat se zdrojovým kódem své stránky.

#### **Výhody webhostingu**

- Zviditelnění se
- Uplatnění kreativity
- Takřka neomezené hranice
- Cenová dostupnost
- Spolehlivost a technické zázemí

#### **Nevýhody webhostingu**

- Možnost uvádění klamavých či nepřesných informací
- Závislost na provozovateli webhostingu

### 3.3.2 Blog

Slovo „blog“ vzniklo z anglických slov „web log“, což se dá volně přeložit jako „webový zápisník“. Jedná se o webovou aplikaci, která obsahuje příspěvky jednoho autora na jedné webové stránce. Ve většině případů, nikoliv však nezbytně, bývají příspěvky zobrazovány v chronologickém pořadí, tj. nejnovější příspěvky se nacházejí v horní části zobrazené stránky. Autor se nazývá blogger, ale můžeme se setkat i s počeštěným označením bloger.

Blogy tvoří velice rozsáhlé a různorodé pole, proto je obtížné blogy nějakým způsobem jednoduše charakterizovat. Různorodost pole sahá od osobních zápisů autorů ze svého života až po oficiální zpravodajství firem nebo sdělovacích prostředků. Do blogu nemusí přispívat jen jeden autor, nýbrž také skupina lidí nebo široká komunita.[3]

Autorům blogů píšícím své příběhy nebo poznatky z nějaké události je dána neomezená volnost v tvorbě svých stránek, tyto blogy často porušují zažitou strukturu internetových stránek. Obrázky na blogu jsou v různých velikostech, často překračují hranice stránky, blogy jsou taktéž často charakterizovány jedním velkým obrázkem na pozadí stránek. Kromě obrázků tyto blogy obsahují i různá videa. Velkým hitem pro tyto autory bývá i umístění hudby na své stránky, která se při příchodu na stránku začne automaticky přehrávat. Písmo bývá většinou mnohobarevné a stránky rovněž obsahují různé efekty, například pulzující hvězdičky apod. Příspěvky blogu nejsou psány spisovnou češtinou, nýbrž obsahují celou řadu slangových a moderních (míněno nedávno vzniklých nebo nejčastěji používaných) slov, použitá slova se kraj od kraje mohou lišit. Autoři těchto blogů nemusí znát základy pro tvorbu svých stránek, k dispozici je jim celá řada serverů, kde si své blogy mohou vytvořit a které tvoří metodou „wysiwyg“, princip této metody je vysvětlen v předchozí kapitole.

Naopak druhá kategorie, jako oficiální zpravodajství firem, sdělovací prostředky a politické kampaně, jsou již tvořeny klasickou strukturou internetových stránek.

### ***Výhody blogu***

- Prezentace v prostředí Internetu
- Užívat mohou již děti školního věku

### ***Nevýhody blogu***

- Nechtěné odhalování citlivých informací
- Někdy obtížná orientace na daném blogu

### **3.3.3 Google Analytics**

Tato služba je určena zejména pro provozovatele internetových stránek, kteří mají na internetu nějakou svou stránku, kterou spravují a chtěli by mít dokonalý přehled o tom, jakou odezvu jejich stránky mají na straně uživatelů. Nejvíce tuto službu využijí podniky, kterým je zprostředkován dokonalý přehled o provozu na webových stránkách a o efektivitě marketingu. Analytics poskytuje přehledné nástroje, se kterými se snadno a intuitivně pracuje a firma tak může vytvářet lepší reklamy na cílové zákazníky, posilovat tím marketingové aktivity firmy a vytvářet webové stránky s vyššími mírami konverze. [6]

Z nástrojů této služby provozovatel může například vypočítat celkový počet návštěvníků za den, které oblasti stránek byly nejnavštěvovanější, jaký operační systém, jaký internetový prohlížeč, jaké rozlišení obrazovky používají návštěvníci stránek, jakou průměrnou dobu strávili na stránkách, z jakého města, státu byly jeho stránky navštíveny apod. Díky této službě může provozovatel stránek urychleně reagovat na aktuální vývoj, např. při dlouhodobém poklesu návštěvnosti stránek.

Pro používání této služby je nutno se zaregistrovat, poté do své úvodní stránky umístit speciální kód, který po registraci tato služba vygeneruje, a tuto službu je možno začít využívat.

Z etického hlediska návštěvníci stránek nemají ponětí, že tyto své údaje samovolně poskytují k dispozici, služba Analytics neobsahuje žádné informační upozornění, které by návštěvníky stránek upozornilo na využívání této služby a také skutečnost, že své údaje poskytují majiteli stránek. To, zda stránky službu Analytics využívají, mohou poznat uživatelé, kteří se vyznají ve zdrojovém kódu navštívených stránek.

### ***Výhody Analytics***

- Přehled o návštěvnosti stránek, jež uživatel provozuje
- Podrobné statistiky o návštěvnících
- Bohaté možnosti nastavení měření aktivit na stránkách
- Všechny získané údaje lze exportovat do několika formátů

### ***Nevýhody Analytics***

- Z etického hlediska žádné upozornění na sledování stránek touto službou a žádný souhlas k poskytnutí uživatelových informací
- Nepřesně přeložené některé pojmy
- Po exportu je potřeba dané údaje upravit
- Zpoždění dat při aktualizaci přehledu /zpravidla o 1 den/

## **3.4 Obchod a bankovníctví**

### **3.4.1 E-shop**

Internetový obchod je ve své podstatě proces umožňující nákup libovolného produktu či služby prostřednictvím internetu. Internetový obchod slouží k příjmu objednávek od zákazníků, zprostředkování plateb a poskytování dalších informací o výrobcích či řešení reklamací. Na rozdíl od kamenného obchodu je přístupný 24 hodin denně a 7 dní v týdnu.

Uživatelé internetového obchodu mají možnost procházet katalog zboží, který je nejčastěji organizován do kategorií, nebo mají možnost zboží vyhledat podle zadaných parametrů. Jednotlivé produkty obsahují detailní stránku obsahující podrobný popis daného produktu. [11]

Ne každý internetový obchod poskytuje kvalitní služby, proto je dobré si nejdříve o daném obchodě zjistit nějaké informace, a zda má i kamennou variantu pro případ nenadálých potíží.

Prozatím jediným závažným nedostatkem, který brzdí internetové nakupování, je platba za zboží. Dnes je platba realizována tak, že po výběru zboží je zákazník prostřednictvím e-mailu, který uvedl ve formuláři pro nákup zboží, informován o koupi daného zboží. E-shop spolupracuje s firmami zaměřující se na expresní dodání zboží. Tyto firmy si zpravidla sjednávají se zákazníkem termín a čas převzetí zboží, včetně zaplacení za toto zboží.

### ***Výhody E-shopu***

- Levnější ceny oproti kamenným obchodům
- Bohatý výběr
- Doručení zboží až domů

### ***Nevýhody E-shopu***

- Zboží prostřednictvím e-shopu si nelze osobně prohlédnout
- Kritickým faktorem procesu nakupování je platba za zboží

## **3.4.2 Aukce**

Jedná se o službu, jejímž prostřednictvím mohou uživatelé nakupovat či prodávat výrobky všeho druhu.

Pro používání této služby je potřeba být zaregistrován u příslušného provozovatele aukce. Zboží je po zveřejnění ostatním uživatelům této služby omezeno časovým limitem, po který mohou uživatelé na dané zboží přihazovat. Každé nově přidané zboží obvykle obsahuje vyvolávací cenu, za kterou jej lze vydražit. Pro urychlení přihazování je zájemce o zboží omezen limitem pro nový příhoz, tedy kolik může nejméně „přihodit“. Každé nabízené zboží je limitováno určitou hranicí výši ceny, při jejímž překročení je zboží prodáno, v opačném případě je aukce tohoto zboží anulována. Aukce zboží má pevný nebo dynamický konec. V případě

pevného konce má pevně stanoven konec, zájemce o dané zboží musí neustále obnovovat stránku a zjišťovat, zda prozatím přihodil nejvíc či již byla částka přeplacena jiným zájemcem. Dynamický konec aukce poskytuje zájemci o vybrané zboží v případě nové nabídky obvykle několik málo minut pro možnost zvýšit dalším příhozem jeho cenu, čímž se opět posune čas pro reakce ostatních zájemců. Aukce se mohou účastnit jen osoby starší 18 let.[41]

### ***Výhody aukce***

- Uživatelé jsou vráceny veškeré peníze, pokud je mu zasláno vadné či zcela jiné zboží
- Nákup z domova
- Jednoduchost
- Úspora času
- Možnost levnějšího pořízení produktu oproti klasickým obchodům či e-shopům

### ***Nevýhody aukce***

- Hrozba podvodu
- Nemožnost si zboží důkladně prohlédnout a osahat
- Pevný konec aukce zboží
- Zdlouhavé prodlužování v případě dynamické aukce

### **3.4.3 Internetové bankovníctví**

Jedná se o způsob komunikace klienta se svou bankou, kromě již zažitého osobního a telefonického kontaktu se klientovi nabízí i forma kontaktu prostřednictvím webového rozhraní. Díky internetovému bankovníctví může spravovat své účty, zadávat příslušné bankovní transakce apod. Klient má dokonalý přehled o svých účtech a šetří zároveň práci zaměstnancům banky. V případě špatně zabezpečeného počítače či špatně zabezpečené počítačové sítě mohou klientovy citlivé informace uniknout k nepovolaným rukám.

Rozsáhlou studii o zabezpečení internetového bankovníctví zveřejnil v roce 2005 server Měšec.cz, který testoval stupeň zabezpečení u jednotlivých bank.[46]

### ***Výhody internetového bankovníctví***

- Rychlý a snadný přístup ke svému účtu
- Méně práce pro pracovníky banky
- Úspora času, možnost komunikace s bankou kdykoliv a odkudkoliv

### ***Nevýhody internetového bankovníctví***

- Neustálá bezpečnostní rizika

## **3.5 Správa dokumentů, fotografií**

### **3.5.1 Google Docs**

Jak již název napovídá, jedná se o práci s dokumenty, konkrétněji řečeno o webovou kancelář. Pro využívání této služby musí být uživatel zaregistrován u společnosti Google. Uživateli je dovoleno vytvářet nové dokumenty, prezentace, tabulkové procesory, formuláře a kresby. Vše vytváří prostřednictvím této služby, se kterou pracuje prostřednictvím internetového prohlížeče, nic tedy do svého počítače nestahuje.

Další významnou záležitostí této služby je možnost sdílení vytvořeného dokumentu, prezentace, tabulkového procesoru, formuláře či kresby s ostatními uživateli v různých podobách. Vybraným uživatelům je zaslán odkaz, kde mohou výsledky práce uživatele spatřit v ucelené podobě, avšak do daného prvku nemohou nijak zasahovat. Dále je možnost vybraným uživatelům zaslat pozvánku prostřednictvím e-mailu ke spoluvytváření daného dokumentu, vybraní uživatelé ale musí být taktéž zaregistrováni u společnosti Google.

Vytvářený dokument se při krátkodobé nečinnosti uživatele automaticky ukládá a ostatním spoluvytvářejícím se tak aktualizuje obsah



dokumentu. Přizvaným uživatelům není umožněno daný dokument smazat, pokud na ně nebyla převedena práva vlastníka dokumentu.

Uživatelé vytvářející jeden dokument se mohou nacházet kdekoli na světě. Díky systému automatického ukládání je zamezena možnost ztráty dat při nečekaném výpadku internetového připojení či elektrické energie. Služba Docs nabízí již vytvořené šablony, které si uživatel upravuje jen dle svých vlastních představ. Další vynikající vlastností je snadná přenositelnost vytvořených dokumentů, uživatel pro práci potřebuje pouze počítač a připojení k síti internet.

Stejným způsobem, jako lze vytvářet dokumenty, existuje také možnost dokumenty nahrávat přímo z počítače, jež se samy upravují do potřebného formátu, a poté s nimi můžeme libovolně manipulovat.

### ***Výhody Google Docs***

- Spolupráce více lidí na jednom dokumentu
- Možnost nahrání již existujícího dokumentu
- Není potřeba nic instalovat, vše prostřednictvím internetového prohlížeče
- Automatické ukládání dokumentu
- Možnost publikování vypracovaného dokumentu na webu komukoliv či vybraným osobám

### ***Nevýhody Google Docs***

- Omezený výběr pro úpravu dokumentu
- Závislost na internetovém připojení

## **3.5.2 Google Picassa**

Tato služba nabízí uživateli možnost vytvořit si na internetu své vlastní foto album, které bude viditelné jen pro pozvané účastníky. Pro užívání této služby je potřeba mít staženou aplikaci na svém počítači, jejímž prostřednictvím probíhá přenos vybraných a již upravených fotografií do internetové schránky, kde budou fotografie uživatele

k dispozici ke zhlédnutí. Výhodou této služby je možnost si tyto fotografie prostřednictvím této aplikace efektivně dle své libosti upravovat. Aplikace Picassa rozhodně není jediná, která nabízí úpravu a publikování fotografií na internetu, z dalších aplikací se jedná například o web Flickr nebo o produkty společnosti Zoner.

### ***Výhody Google Picassa***

- Rychlé a snadné nahrávání fotografií
- Poměrně snadná úprava fotografií

### ***Nevýhody Google Picassa***

- Občasné zmatené chování programu
- Pro začátek obtížná orientace a ovládání
- Občas příliš přehnaná aktivita programu se snahou uživateli co nejvíce zlehčit práci

## **3.6 Internetová publikace**

### **3.6.1 Internetové zpravodajství**

S rozvojem Internetu a jeho služeb vzniklo internetové zpravodajství. Cílem je informovat ostatní uživatele internetu o událostech z celého světa. Na rozdíl od klasického zpravodajství, které lze aktualizovat jednou za X hodin v závislosti na četnosti vydávání, může být internetové zpravodajství aktualizováno nepřetržitě. Uživatel má k dispozici neustále nejčerstvější události, jenž se udály. Díky tomu lze tak například sledovat on-line přenos z fotbalového utkání, kde se uživateli formou textu zobrazuje vše podstatné z tohoto utkání. Samotný text doplnila i zpravodajská videa.

Kromě aktuálních zpráv je uživateli poskytnuta možnost si přečíst různé návody a doporučení ohledně produktů, jenž vlastní, či které si hodlá v blízké době zakoupit. Má tak k dispozici všechny potřebné informace.

### ***Výhody internetového zpravodajství***

- Možnost neustálé aktualizace
- Nejnovější data neustále k dispozici
- Přehledné rozdělení do rubrik
- Možnost diskuze každého článku

### ***Nevýhody internetového zpravodajství***

- Časová prodleva v aktualizaci
- Množství reklamy
- Boj o čtenáře v dnešní široké nabídce

### **3.6.2 Internetová videa**

V posledních 10 letech velký boom prodělala internetová videa, která se stala velmi oblíbenými. Uživatelé přestávají bavit klasický informační text a upřednostňují raději video zpracování, které je dynamické a poutavé. Celosvětově nejznámějším video serverem je Youtube, který od roku 2006 vlastní společnost Google. Youtube proslavilo mnoho uživatelů, jejichž videa shlédlo obrovské množství lidí (velice často přes 1 000 000 lidí). Největším problémem tohoto serveru je nahrávání videí, jejichž obsah porušuje autorská práva, jako jsou hudební klipy, části filmů apod. Youtube bývá často kritizován, v některých zemích je dokonce i blokován. Nejčastější kritika se ozývá z důvodu porušování autorských práv, totalitním režimům a censorským organizacím vadí přílišná svoboda slova, jiným autorům vadí naopak censura z politických důvodů, pomlouvačný obsah či zobrazování násilných scén.

Videa na Youtube může sledovat kdokoli, uživatelé mají možnost sledovat zprávy o aktuálních událostech z první ruky, vyhledávat videa o svých zálibách a zájmech nebo objevovat zajímavosti a neobvyklé věci. Stále více lidí zachycuje výjimečné chvíle na video a Youtube je vhodný server pro umístění těchto videí.[13]

V oblíbě jsou i tzv. televizní archívy, tedy internetové stránky televizí, které poskytují uživateli výběr mnoha pořadů k opakovanému zhlédnutí. Tento způsob dopřává uživateli možnost se na svůj oblíbený pořad podívat v libovolném čase, není tak omezen pevným vysílacím časem televize a není nucen podle tohoto vysílacího času přizpůsobovat své aktivity. Ne všechny pořady jsou možné ke zhlédnutí, vše závisí na vysílacích právech. Některé televize kromě svých archívů umožňují své vysílání i prostřednictvím svých internetových stránek, kde stačí uživateli ke sledování pouze internetový prohlížeč se zabudovaným video přehrávačem.

### ***Výhody internetových videí***

- Zhlédnutí všeho podstatného v několika málo sekundách či v minutách
- Vysílání ve vysokém rozlišení
- Propagace amatérské tvorby
- Svět bez hranic

### ***Nevýhody internetových videí***

- Dočasně převládající horší kvalita obrazu
- Závislost na internetovém připojení
- Velké nároky na paměť počítače

## **3.7 Hrozby užívání internetových služeb**

### **3.7.1 Krádež údajů (phishing a pharming)**

Phishing lze do češtiny přeložit jako rybaření. Jedná se o způsob internetového podvodu užívaného pro získávání citlivých údajů (hesla, čísla kreditních karet apod.) od oběti útoku. Princip phishingu spočívá v rozesílání e-mailů, působících dojmem, že jsou odesílány přímo z instituce, například z banky, kde tato instituce informuje adresáta o vzniklé události a vyzývá jej k zadání jeho údajů na odkazovanou stránku, například z důvodů nastavení nového zabezpečení. Součástí e-mailu je odkaz na

falešnou stránku, která věrně kopíruje stránku dané instituce, uživatel nevnímá žádné nebezpečí a zadá na dané stránce své přihlašovací jméno a heslo. Tímto krokem jsou jeho údaje prozrazeny útočníkům, pro které již nyní není obtížné vybrat z uživatelského účtu peníze. [32]

Útočníci využívají obav a strachu uživatelů, kteří jsou spokojeni s danou službou či institucí a neradi by o tuto službu přišli, proto nerozumně splní pokyny uvedené v e-mailu. Další výhodou, která útočníkům hraje do karet, je uživatelská nepozornost. Již první věcí, která by uživatele měla upozornit na možný podvod je internetová adresa odkazu, která se od skutečného odkazu odlišuje jakýmkoliv symbolem navíc, což ale spousta uživatelů přehlídá.[24] Uživatelé jsou neustále upozorňováni na dodržování pravidel bezpečnosti v prostředí internetu, přesto se najdou tací, kteří phishingovému útoku podlehnou. Kvůli phishingovým útokům vznikla organizace Anti-Phishing Working Group, jejímž cílem je dalším útokům tohoto typu zamezit, ať už obeznámením veřejnosti phishingových útocích a jejich dopadech, zaváděním SW schopného tento útok odhalit nebo kooperací s vrcholnými úřady, vyšetřujícími nelegální aktivity apod.[2]

Nejznámějším příkladem phishingového útoku se stala v březnu roku 2008 Česká spořitelna[40], o rok později se objevily podobné útoky na uživatele sociální sítě Facebook.[8]

Pharming je obdobný podvodný způsob získávání údajů od uživatelů jako phishing, avšak je mnohem mladší, sofistikovanější a především nebezpečnější. Princip fungování pharmingu spočívá podobně jako u phishingu v nalákání na falešnou internetovou stránku, kde nic netušící uživatel poskytne útočníkovi své údaje, avšak na rozdíl od phishingu se může uživatel dostat na podvrženou stránku i po zadání správné internetové adresy.

Pharming vyhledává špatně zabezpečený DNS (Domain Name System) server, který se stará o překlad URL adresy do formátu IP.

V tomto serveru pak útočník nahradí IP adresu banky IP adresou své podvržené stránky. Další možností pharmingu je zaútočit přímo na uživatelův počítač, zde je cílem speciální soubor Hosts obsahující URL a jim přiřazené IP adresy.[44]

Nejlepší obranou je pro uživatele obezřetnost v prostředí internetu, užívání kvalitního firewallu a pravidelná aktualizace software.

### **3.7.2 Záměna identity**

Tento jev se vyskytuje zejména v internetových službách určených pro komunikaci.

V těchto službách se vyskytují osoby vydávající se za někoho zcela jiného. Ohroženou skupinou jsou zejména děti ve věku 12-15 let, které si plně neuvědomují možná rizika užití komunikačních služeb. Lidé komunikující s těmito dětmi nejsou ve skutečnosti tací, jak se popisují. Typickým příkladem je „zcela náhodný“ stejný zájem o koníčky, hudební skupiny apod. Po získání důvěry těchto dětí se osoby s falešnou identitou snaží od dětí získat nějaké fotografie či rovnou sjednat si vzájemně schůzku.

Dalším typem jsou osoby vyskytující se v prostředí seznámk a jiných podobných inzerátů. Zde je cílem navázat kontakt a poté si pro pokračování kontaktu vynutit finanční příspěvek na kredit v mobilním telefonu s příslibem okamžitého vrácení při osobním setkání. Dále je u důvěřivých lidí snaha vyvolat pocit solidarity v případě, kdy se na uživatele obrátí dívka, nejčastěji z Afriky, která ve své zprávě popisuje svou tíživou situaci a žádá uživatele o pomoc, pro věrohodnost je v e-mailu přiložena i fiktivní fotografie této mladé dívky.

### **3.7.3 Závislost**

S užíváním internetových služeb si může uživatel vytvořit na jednotlivých službách závislost. Závislost se projevuje pravidelným,

v drtivé většině každodenním několikahodinovým sezením u počítače a procházením jednotlivých služeb s cílem zjistit nové události a ihned na ně reagovat. Závislý uživatel tak ztrácí pojem nejen o čase, který na internetu tráví, ale také má problém s fungováním v přirozeném světě, kterému se začíná vyhýbat, mohou se také vyskytnout poruchy spánku, nepravidelná a nárazová strava. Internetovou závislostí se ve své práci s názvem *Psychology of Cyberspace* zabývá Ph.D. John Suler z university Rider.[37] V prostředí internetu si uživatel může vyhledat příslušné testy zabývající se internetovou závislostí, a tak z pohodlí doma snadno zjistit, zda náhodou není „závislým“. Hlavním poznatkem možné závislosti bývá zjištění situace, kdy mu internet poskytuje pouze uspokojení a neplní již žádnou jinou funkci (například studijní, pracovní apod.).

#### **3.7.4 Zastaralé a klamavé informace v prostředí internetu**

Součástí internetu jsou rovněž zastaralé a klamavé informace, ovšem v mnohem menší míře než aktuální a pravdivé informace. Zastaralé informace jsou dány zanedbáváním aktualizace stránek, jež poskytují nějaké informace. Horší případem jsou klamavé informace, které lze poměrně těžce odhalit, zvláště když se vyskytují na důvěryhodných stránkách, ze kterých uživatel tyto informace získává a poskytuje je dále.

Poměrně jednoduchým řešením je při hledání vybrané informace využívat více informačních zdrojů a ty mezi sebou porovnávat, odfiltrují se tak klamavé či zastaralé informace, respektive se sníží riziko jejich nalezení.

## 4. Průzkum využití internetových služeb

Jak již bylo zmíněno v úvodu, byl proveden průzkum mezi studenty Ekonomické fakulty VŠB-TU v Ostravě prostřednictvím online dotazníku s názvem Internetové služby, který byl zcela anonymní, studenti tedy mohli odpovídat na některé otázky, na něž by ve standardních podmínkách skrze uvedení vlastních osobních údajů zřejmě odmítli odpovědět.

Online dotazník byl rozdělen na 9 částí, každá část se zabývala jinou oblastí.

V první části s názvem „Základní informace“ bylo snahou získat informace o respondentovi, respektive jeho pohlaví, věk, ročník a obor, který daný respondent studuje.

Druhá část nazvaná „Internet“ se snažila zjistit míru užívání, v jaké míře její studenti používají doma, jak rychlý mají internet, jaký druh připojení k internetu používají, kolik platí měsíčně, kolik času na něm stráví, a zda studenti vlastní připojení k internetu i prostřednictvím mobilního telefonu. Cílem bylo také zjistit, k čemu dotázaní internet využívají nejčastěji a zda si jsou vědomí nebezpečí vyskytujících se v prostředí internetu.

V třetí části „Sociální sítě“ bylo cílem zjistit, zda dotázaní využívají sociální sítě, v jaké míře, jaké sociální sítě jsou nejpoužívanější a kolik času na nich denně tráví. Výzkum se zaměřil i na nejoblíbenější sociální síť dneška Facebook.cz, cílem bylo zjistit počet přátel v této síti. V závěru této části na respondenty čekala otázka týkající se důvěry v jimi užívané sociální sítě a jejich všeobecný názor na bezpečnost sociálních sítí.

Čtvrtá část „Služby pro komunikaci I.“ se zaměřila na službu chat a dobu strávenou na této službě, dále jaký komunikační program dotázaní využívají nejčastěji a z jakého důvodu, zda respondenti používají také program Skype a opět důvod jeho používání.



Pátá část „Služby pro komunikaci II.“ se snažila zjistit postavení respondenta v internetových diskuzích a jeho názor na ně, zda převažují prospěšné či zbytečné diskuze, případně obojí. Výzkum se zaměřil i na počet e-mailových schránek, které studenti používají, jejich počet a jednotlivé typy, zájmem výzkumu byl i počet e-mailů odeslaných za týden. V závěru bylo cílem zjistit postavení respondenta v otázce internetové seznamky.

Šestá část nazvaná „Vyhledávání v mapách a informacích“ byla zaměřena na zjištění, kterou z nabízených možností dotázaní využívají při hledání vybrané lokality, dále jaký typ internetové mapy používají. V této části byl výzkum zaměřen i na internetové prohlížeče, který je u studentů nejpoužívanější, rovněž zajímavé bylo i zjištění, co studenti používají v případě, když potřebují nalézt nějakou informaci.

Sedmá část „Prezentace na internetu“ se zaměřila na zjištění, zda studenti vlastní internetové stránky, jakým způsobem je vytvořili, zda používají pro své stránky službu Google Analytics a zda vlastní blog.

Osmá část „Internetové obchodní transakce“, jak už z názvu vypovídá, byla cílena na nakupování prostřednictvím e-shopu, kolik dotázaných již přes e-shop nakupovalo, který typ zboží je nejčastěji nakupován, jakou formou platby dotázaní platí v těchto obchodech a zda využívají možnost zprostředkovaných plateb. V závěru na respondenty čekala otázka využívání aukcí, a zda používají internetové bankovníctví.

V deváté části „Závěr“ dostali respondenti prostor se vyjádřit k dotazníku, který vyplňovali.

## **5. Výsledky a hodnocení přínosu průzkumu**

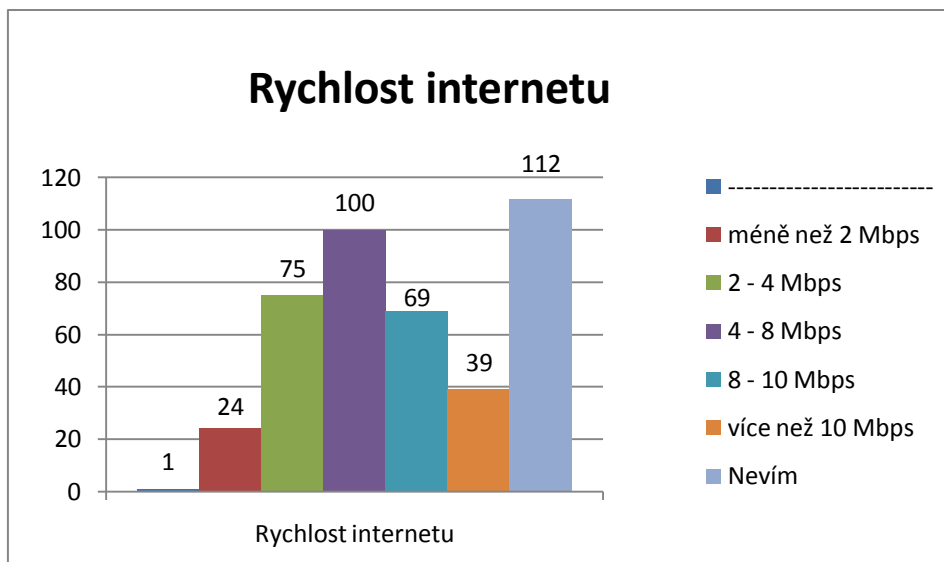
Pro celý březen roku 2010 byl dostupný online dotazník s názvem „Internetové služby v reálném životě“. Dotazník byl orientován na studenty Ekonomické fakulty VŠB-TU v Ostravě. Odkaz na tento dotazník byl rozšířen pomocí komunikačních prostředků a technologií, a jeho vyplnění bylo zcela dobrovolné. Před spuštěním ostré verze do oběhu bylo provedeno testování prototypu prostřednictvím malého vzorku dotazovaných a na jeho základě byl dotazník dopracován do finální podoby. Dotazník obsahoval celkově 45 otázek a byl rozdělen do 9 bloků.

### **5.1 Věk, pohlaví a studijní obor respondentů**

Dotazníkového průzkumu se zúčastnilo celkově 420 respondentů, z toho 127 mužů (30%) a 293 žen (70%). Věk jednotlivých respondentů byl relevantní coby pro vysokoškoláky. Průměrný věk respondentů byl 24,84 let z intervalu 17 až 35. V průzkumu jsou zastoupeni respondenti ze všech pěti ročníků, na které byl tento dotazník cílen. Kromě dvou oborů jsou v celkovém počtu respondentů zastoupeny všechny obory.

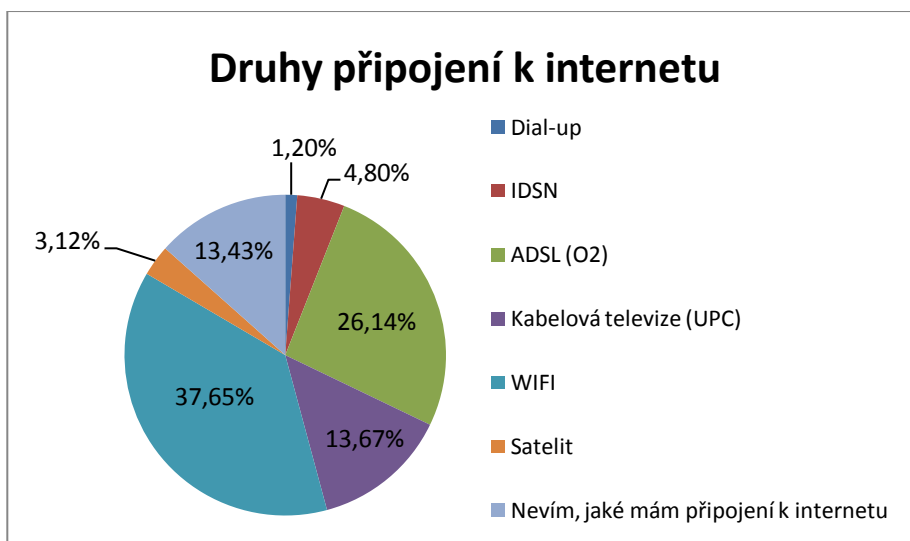
### **5.2 Užívání internetu**

Z celkového počtu 420 respondentů pouze 3 studenti internet nemají doma. Jak z následujícího grafu 1 vyplývá, v současnosti nejpoužívanější rychlost internetu se nachází v rozmezí 4 – 8 Mbps, naopak skoro ¼ respondentů neví, jak rychlý mají internet.



**Graf 1 - Statistika rychlosti internetu**

Široké spektrum se nachází u odpovědí na otázku týkající se druhu připojení k internetu (graf 2). Nejpoužívanějším připojením je WIFI (37,65%), druhou početnou skupinou je ADSL (O2) (26,14%) a třetí početnou skupinou je připojení prostřednictvím kabelové televize (UPC) (13,67%). Celkově 13,43% respondentů si není vědomo svého druhu připojení k internetu.

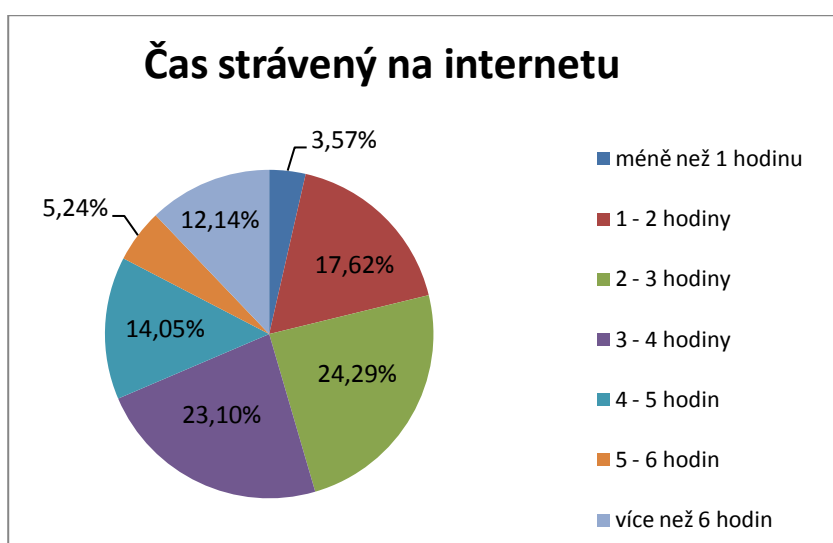


**Graf 2 - Statistika druhů připojení k internetu**

Připojení k internetu prostřednictvím mobilního telefonu vlastní v současnosti pouze 19,05%, ale dá se očekávat, že tento oblíbený způsob připojení bude dále růst.

Celkově 43,17% respondentů platí za internet v rozmezí 301,- až 500,- Kč, druhá početná skupina respondentů (30,46%) platí za internet v rozmezí 151,- až 300,- Kč. S 17,51% se na třetím místě umístili respondenti platící v rozmezí 501,- až 700,- Kč. Trend snižování ceny za poskytování internetu tedy stále pokračuje.

Nejčastěji strávená doba na internetu se pohybuje mezi 2-3 hodinami (24,29%), hned v závěsu jsou respondenti užívající internet v rozmezí 3-4 hodin (23,10%). Nejmenší skupinu tvoří studenti užívající internet méně než 1 hodinu (graf 3).



**Graf 3 - Statistika doby strávené na internetu**

Internet je dle výpovědí respondentů nejčastěji používán pro komunikaci, zábavu a hledání informací.

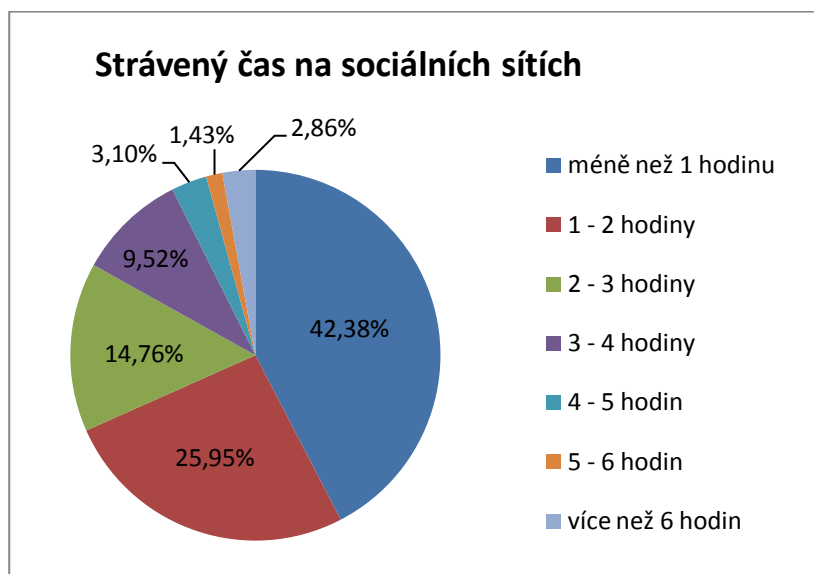
Z pohledu opatrnosti v prostředí internetu 15,35% dotázaných je si vědomo nebezpečí, se kterým se při neopatrném procházení internetem mohou setkat, 18,32% je si spíše vědomo nebezpečí, 31,19% spíše ne, 15,84% respondentů si vůbec není vědomo hrozeb a 19,31% nevědělo jak na tuto otázku konkrétně odpovědět.

### 5.3 Sociální sítě

Alespoň jednu sociální síť používá 91,36% respondentů. Nejpopulárnější sociální sítí je dle předpokladu Facebook.cz, který používá hned 67,30% dotazovaných, druhou početnou skupinou je sociální síť Lide.cz, kterou používá 13,99% dotazovaných.

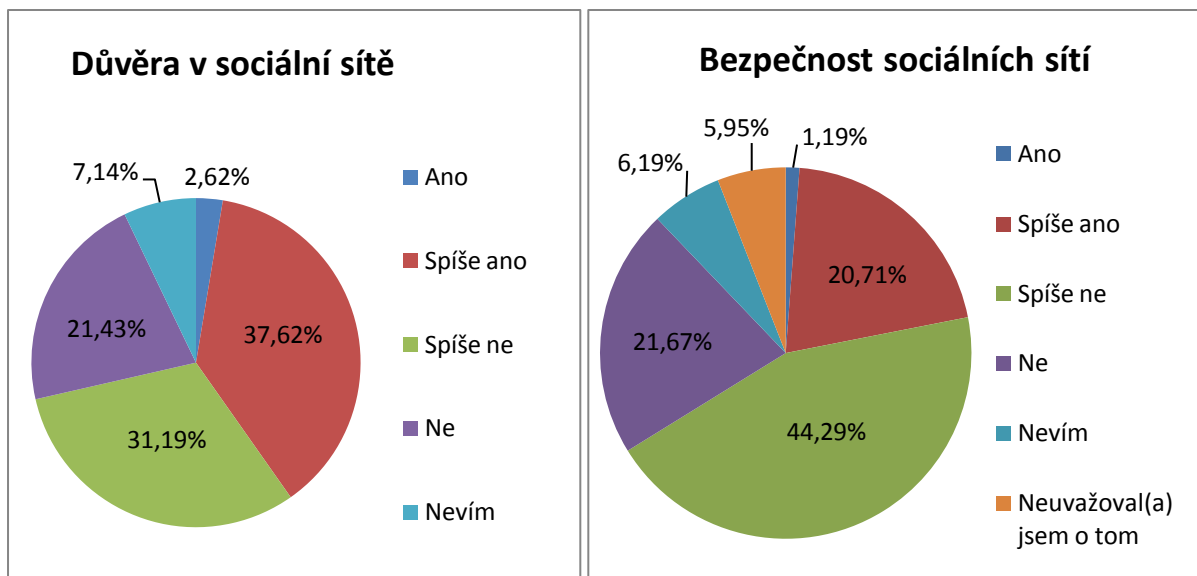
Celkově 74,86% studentů užívajících Facebook.cz v této sociální síti má více než sto přátel, to dokládá, že je Facebook.cz mezi touto generací hojně rozšířen.

Z hlediska času stráveného na sociálních sítích obecně skoro polovina dotázaných (42,38%) uvedla, že tráví na těchto sítích méně než jednu hodinu, 25,95% dotázaných tráví mezi 1 a 2 hodinami a 14,76% studentů na sociálních sítích stráví mezi 2 a 3 hodinami. Mezi 3 a 4 hodinami stráví svůj čas již jen 9,52% dotázaných (graf 4).



Graf 4 - Statistika stráveného času na sociálních sítích

V otázce důvěry v sociální sítě obecně panuje mezi respondenty rozkol (graf 5). Sociálním sítím pouze 2,62% bezmezně důvěřuje, 37,62% spíše důvěřuje, 31,19% spíše nedůvěřuje a 21,43% nedůvěřuje vůbec.



**Graf 5 - Statistika důvěry sociálních sítí**

**Graf 6 - Statistika bezpečnosti sociálních sítí**

V otázce bezpečnosti sociálních sítí (graf 6), zda jsou schopny uchránit uživatelské údaje, soubory a fotografie, již pouze 20,71% spíše důvěřuje, 44,29% spíše nedůvěřuje a 21,67% vůbec nevěří sociálním sítím. Přesto velmi mnoho dotázaných sociální sítě využívá.

## 5.4 Služby pro komunikaci

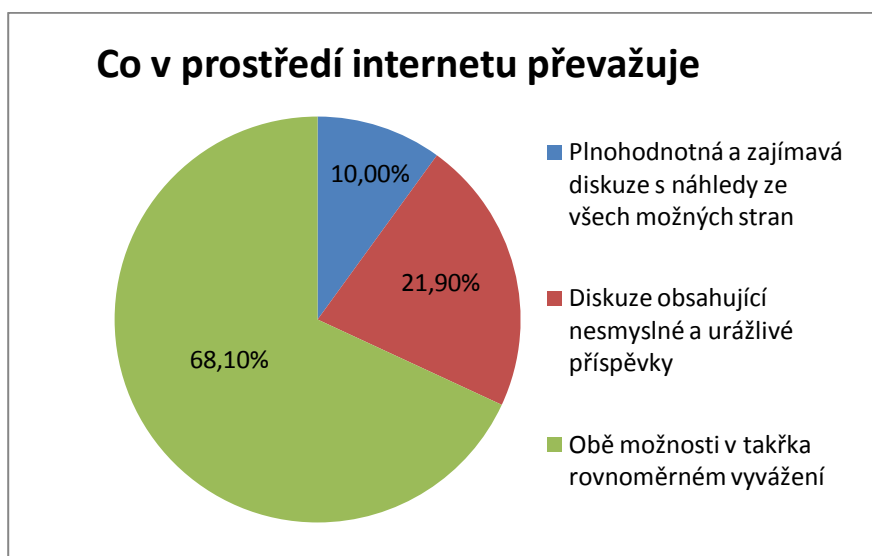
Službu chat využívá 60,48% dotázaných, kteří nejčastěji na této službě stráví méně než 1 hodinu (34,62%), o něco méně studentů stráví na chatu čas mezi 1 a 2 hodinami (29,25%).

Nejpoužívanějším komunikačním programem je ICQ (54,60%), velký počet příznivců má také Qip (33,19%). V otázce důvodu používání vybraného komunikačního programu 32,23% uvedlo důvod kontaktu s okolím, 30,33% jeho jednoduchost, přehlednost a spolehlivost, 23,70% daný program vyhovuje a 8,53% jej používají čistě ze zvyku.

Komunikační program Skype využívá 58,81% dotázaných, 45,08% jako důvod uvedlo telefonování (čistě hlas) a 44,26% uvedlo jako důvod videokonferenci (hlas a obraz).

Do internetové diskuze přispívá jen 18,81%, plných 60,24% dotázaných internetové diskuze čte. Z pohledu názoru na obsah diskuzí se

10,00% shodlo, že se v prostředí internetu vyskytují plnohodnotné a zajímavé diskuze s náhledy ze všech možných stran, 21,90% má ten názor, že v internetu převažují diskuze s nesmyslnými a urážlivými příspěvky, ale 68,10% má dojem, že v internetu se nachází obě možnosti v takřka rovnoměrném vyvážení (graf 7).



**Graf 7 - Statistika internetové diskuze**

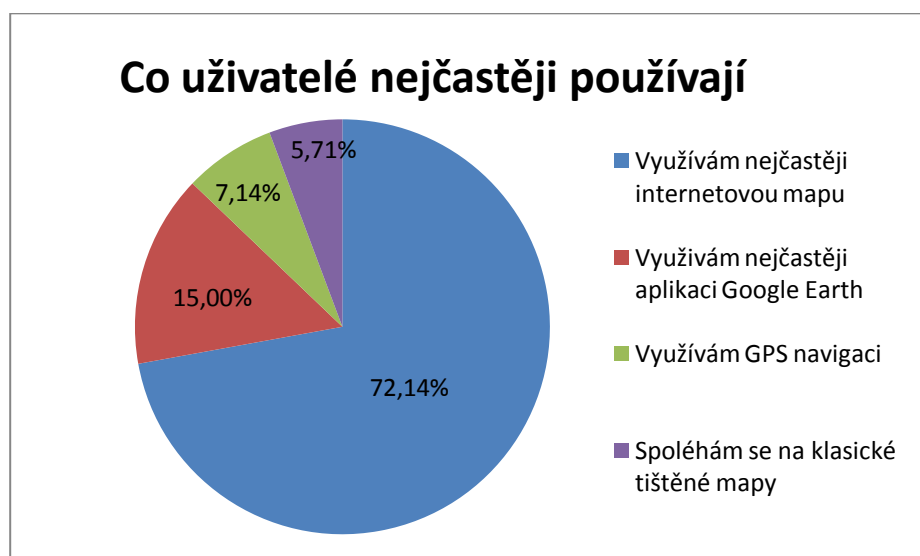
Nesdílňnou součástí služeb pro komunikaci jsou i e-mailové schránky, 39,52% vlastní 2 e-maily, 27,38 vlastní 3 e-maily a 15,24% vlastní pouze 1 e-mail.

Nejpoužívanějším typem e-mailové schránky je bez překvapení Seznam.cz (46,82%), druhým nejpoužívanějším typem je Centrum.cz (18,45%), až třetí místo obsadil Gmail od společnosti Google (10,43%).

V otázce počtu odeslaných e-mailů za týden větší polovina dotázaných (51,19%) uvedla, že za týden odešlou méně než 5 e-mailů, druhá početná skupina (34,29%) odešle za týden mezi 5 – 10 e-maily.

## 5.5 Vyhledávání v mapách a informacích

Celkově 72,14% respondentů nejčastěji využívá při hledání vybrané lokality internetovou mapu, 15,00% se spoléhá na aplikaci Google Earth a pouze 7,14% využívá GPS navigaci (graf 8).



**Graf 8 - Statistika variant při hledání vybrané lokality**

Nejpoužívanějším internetovým prohlížečem je u respondentů Mozilla Firefox, druhé místo obsadil Internet Explorer a třetí místo obsadil prohlížeč Opera.

Pro hledání informací 91,67% dotázaných používá internetový vyhledávač, jen 7,14% používá internetové encyklopedie a slovníky.

## 5.6 Prezentace na internetu

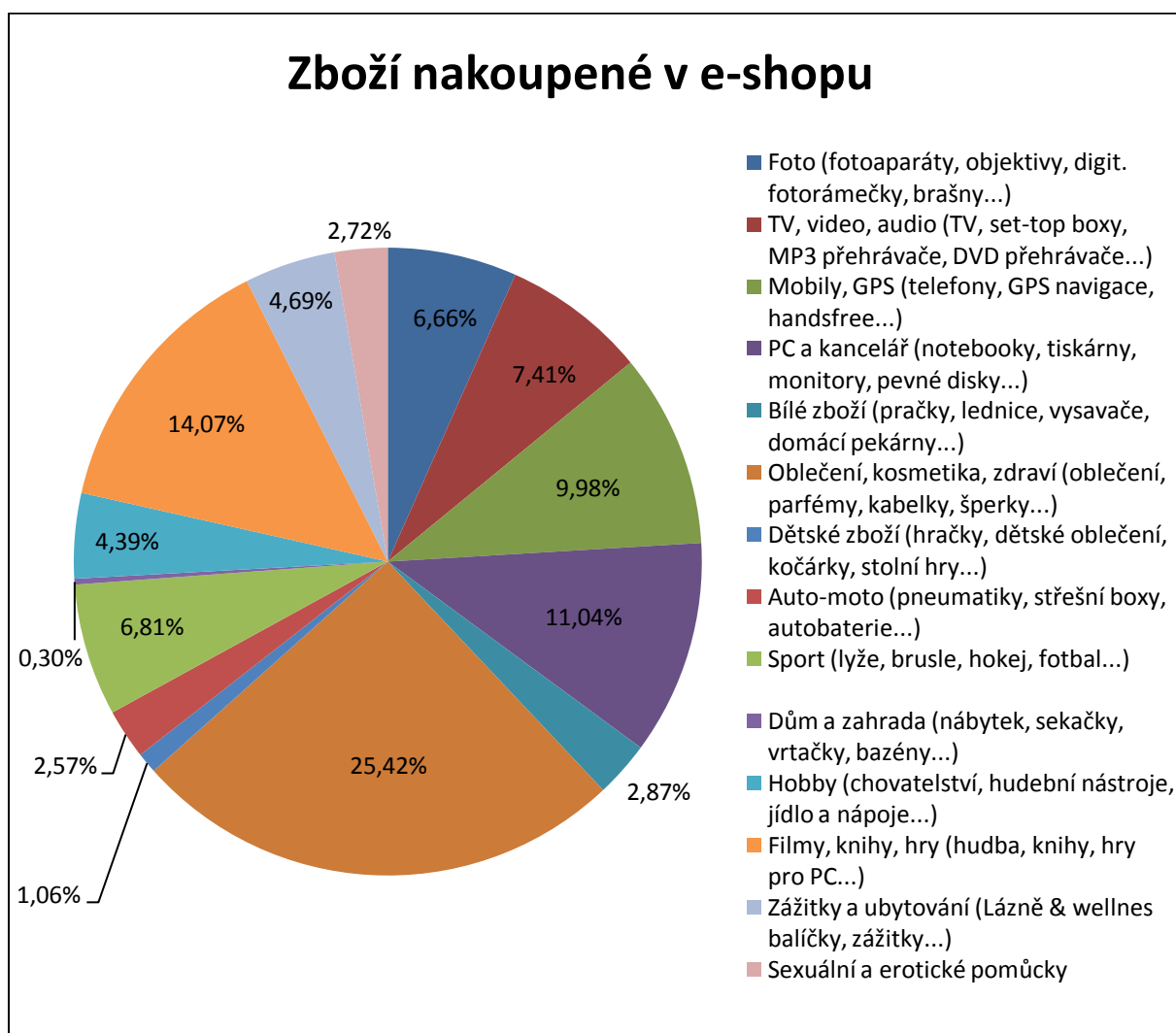
Pouze 18,33% respondentů vlastní internetové stránky, z toho 58,33% vytvořilo své stránky prostřednictvím zdrojového kódu, 28,57% metodou WYSIFIG a 13,10% nemá ponětí, jakým způsobem své stránky vytvořili.

Z celkového počtu dotázaných vlastní blog jen 7,38% respondentů. Pojem o službě Google Analytics má jen 17,14% dotázaných, ale pouze 4,05% jí využívá.



## 5.7 Internetové obchodní transakce

Nákup prostřednictvím e-shopu již učinilo 85,71% dotázaných. Nejčastěji nakupovaným typem zboží je kategorie oblečení, kosmetika a zdraví. U respondentů mužského pohlaví je nejčastějším typem nakoupeného zboží oblast TV, video, audio, dále PC a kancelář, taktéž mobily, GPS a v neposlední řadě také oblast Filmy, knihy, hry. U respondentů ženského pohlaví naopak vévodí oblast oblečení kosmetika, zdraví, dále oblast foto a oblast TV, audio, video (graf 9).



**Graf 9 - Statistika zboží nakupovaného v e-shopech**

Nejpoužívanějším typem platby za zboží v e-shopech je dobírka, kterou využívá 39,73% dotázaných, hned v závěsu je s 35,14% možnost bankovního převodu.

V otázce využívání zprostředkovaných plateb tuto možnost využívá pouze 10,95%.

Další možností, jak nakupovat prostřednictvím internetu, jsou internetové aukce. Tuto formu nákupu využívá 39,76% respondentů. Výrazně lépe je na tom internetové bankovníctví, které využívá 68,33% dotázaných.

## 6. Závěr

Internet je především zdroj informací, nabízí takřka nevyčerpatelnou zásobu různých služeb, které nám zpříjemňují život. Používáme jej ke každodenní činnosti a v současné době se bez něj již těžko dokážeme obejít. Jsme tímto nepřímo přinuceni zejména svým okolím, které své činnosti a aktivity přesouvá právě do prostředí internetu. Musíme se tedy neustále přizpůsobovat a jít s dobou. Nutnost používání internetu přinesly výsledky výzkumu konaného na studentech Ekonomické fakulty VŠB-TU v Ostravě. Některé dílčí výsledky poskytly překvapivá zjištění, jiné naopak potvrdily současný trend.

Z odpovědí respondentů je patrné, že se trend komunikačních služeb přesunul k sociálním sítím, které jsou v současnosti nejoblíbenější a nejpoužívanější. Klasické komunikační služby jako e-mail, ICQ, chat apod. jsou stále v hojné míře používány, ale již ve stínu sociálních sítí. Uživatelé poskytují mnoho funkcí a nástrojů, které fungují na principech současných komunikačních služeb. Uživatel tak má přehled o aktuálním dění na těch sítích, jež využívá. Kromě obvyklého kontaktu s vybranými osobami na nich může pohodlně strávit svůj volný čas, například hraním her, které jsou již zpravidla jejich součástí. Dalším důvodem oblíbenosti sociálních sítí je fakt, že mnoho lidí z uživatelského okolí je hojně používá a on je tak přinucen tyto sítě začít používat, aby zůstal v centru dění. Navzdory jejich velké oblibě u dotázaných, k nim obecně mezi respondenty nepanuje důvěra. Negativně se respondenti vyjádřili i v otázce jejich bezpečnosti, což může být částečně způsobeno články, které informují o jejich nedostatečném zabezpečení či důsledcích jejich používání.

Patrný pokrok lze nalézt i v oblasti internetu, rychlejší internet je již cenově dostupnější a jeho cena postupným tempem neustále klesá. Důvodem je hlavně nárůst počtu poskytovatelů internetového připojení, což má za následek snižování ceny jeho poskytování ve snaze přilákat více zákazníků. Jeho cena a rychlost je dána také rozvojem moderních

technologií, které jej umožňují snáze a kvalitněji poskytovat. Hlavním důvodem rozšíření internetu u studentů je fakt, že vysoká škola využívá moderní technologie, jako například přihlašování na zkoušky nebo poskytování elektronických materiálů prostřednictvím školního informačního systému či přímo „internetové“ formy studia (e-learning). Student se tak bez internetu v době studia vysoké školy neobejde.

S větší mírou dostupnosti internetu a díky jeho nesčetným možnostem se prodlužuje i čas na něm strávený. Internet slouží především pro hledání potřebných informací, pro komunikaci a pro zábavu. Potvrzuje se tedy fakt, že je v případě hledání potřebných informací studnicí vědomostí.

Povědomí o nebezpečích vyskytujících se v prostředí internetu je stále nedostatečné. Několikrát do měsíce se na internetu objevují zprávy o hackerském útoku, upozornění na nedostatečné zabezpečení a oznámení o nové aktualizaci, nebo jaké počítačové viry v současnosti nejvíce jednotlivé uživatele ohrožují, častokrát i s návodem, jak se proti nim účinně bránit. Těchto zpráv je velmi mnoho a nacházejí se na mnoha místech na internetu, což má za následek, že se k uživateli některé zprávy vůbec nedostanou. Prozatím neexistuje žádný celek, jenž by tyto informace shromažďoval a sdružoval v přehledné formě, ve které by měl uživatel k dispozici všechny potřebné informace. Stejně tak neexistuje rozsáhlé dílo, které by bylo mezi lidmi pověstné a informovalo by uživatele o pravidlech bezpečného používání internetu, na některých stránkách se vyskytují jen střípky bezpečného používání, které se však do povědomí uživatelů nedostanou. Uvědomění si nebezpečí nesprávného používání internetu přichází často až v době, kdy má uživatel osobní zkušenost, například s počítačovým virem, který se mu do počítače dostane díky neopatrnému procházení internetem a slabé úrovni zabezpečení.

Další velice rozvinutou oblastí je nakupování prostřednictvím e-shopu, které rovněž prodělalo razantní vývoj. U dotázaných respondentů vévodí kategorie oblečení, kosmetika a zdraví (oblečení, parfémy, kabelky,

šperky apod.). Na tento výsledek mělo vliv nerovnoměrné zastoupení mužů a žen. Většina dotázaných respondentů bydlí se svými rodiči, v době školního roku jsou někteří ubytováni na vysokoškolských kolejích, či v privátu. Jelikož studují a ještě nepracují na plný pracovní úvazek, nemají tak trvalý měsíční příjem a kupují si tedy věci, které jsou pro ně důležité. Druhou hojně nakupovanou kategorií jsou filmy, knihy a hry (hudba, knihy, hry pro PC apod.), což umocňuje předchozí fakt.

Tato práce se snažila zachytit v současnosti nejpoužívanější a nejznámější internetové služby, poukázat na důvody jejich oblíbenosti, ale také ukázat jejich možnou odvrácenou tvář, například v podobě hackerských útoků, disponování s údaji uživatelů bez jejich vědomí apod.

Internet se dále rozvíjí, což mělo za následek, že za dobu potřebnou k napsání této práce se informace staly neaktuálními, bylo tedy potřeba provést nezbytné úpravy a doplnit nové informace.

Na základě výsledků byl cíl práce naplněn. V možnostech této práce není postihnout internetové služby v celé své šíři ani hloubce, na to by v budoucnu bylo potřeba provést rozsáhlejší výzkum.

## Literatura a použité zdroje

1. ADÁMEK, Martin. *Spam – jak nepřivolávat, nepřijímat a nerozesílat nevyžádanou poštu*. 1. vyd. Praha: Grada, 2009. 166 s. ISBN 978-80-247-2638-0
2. *Anti-phishing Working Group* [online]. 2010 [cit. 2010-02-06]. Dostupný z WWW: <<http://www.antiphishing.org>>
3. BLOOD, Rebecca. *Weblogs: a history and perspective* [online]. 2000 [cit. 2010-02-05]. Dostupný z WWW: <[http://www.rebeccablood.net/essays/weblog\\_history.html](http://www.rebeccablood.net/essays/weblog_history.html)>
4. BRENER, Bill; KHUDHUR, Patrik. Bezpečnost: Firefox vs Internet Explorer. *Business World : Bezpečnost* [online]. 7.2.2009 [cit. 2010-03-15]. Dostupný z WWW: <[http://businessworld.cz/bezpecnost-a-rizeni-rizik/Bezpecnost\\_prohlizece\\_ukazka\\_bw3-4233](http://businessworld.cz/bezpecnost-a-rizeni-rizik/Bezpecnost_prohlizece_ukazka_bw3-4233)>
5. City Data Software s.r.o.. *Internetová mapa* [online]. c2010 [cit. 2009-18-03]. Dostupný z WWW: <<http://www.cdsweb.cz/iMapa.htm>>
6. CLIFTON, Brian. *Google Analytics – Podrobný průvodce webovými statistikami*. 1. vyd. Brno: Computer Press, 2009. 334 s. ISBN 978-80-251-2231-0
7. ČERNÁK, Pavel. *Co je to ICQ a jak ICQ pracuje* [online]. 2000 [cit. 2010-02-04]. Dostupný z WWW: <<http://www.path.cz/icq/clanek1.asp?Id=4>>
8. DOČEKAL, Daniel. *Pokračuje vlna phishingových útoků na uživatele Facebooku* [online]. 2009 [cit. 2010-02-06]. Dostupný z WWW: <<http://www.pooh.cz/a.asp?a=2015482>>
9. DOLEJŠ, Radan. Všichni na Facebook!. *Ihned.cz* [online]. 15.10.2009 [cit. 2010-03-15]. Dostupný z WWW: <[http://m.ihned.cz/c4-10005590-38656770-700000\\_ekodetail-vsichni-na-facebook](http://m.ihned.cz/c4-10005590-38656770-700000_ekodetail-vsichni-na-facebook)>

10. Druhy webhostingu. *Klikzone.cz : Webhostingy* [online]. 2009 [cit. 2010-03-18]. Dostupný z WWW: <<http://www.klikzone.cz/webhosting/druhy-webhostingu.php>>
11. E-shop. *Wikipedie* [online]. 8.12.2009 [cit. 2010-03-19]. Dostupný z WWW: <<http://cs.wikipedia.org/wiki/E-shop>>
12. FIŠER, Miloslav. Sociální internetová síť Badoo využívá kontakty z e-mailu uživatelů. *Novinky.cz : Internet a PC* [online]. 22.6.2009 [cit. 2010-03-04]. Dostupný z WWW: <<http://www.novinky.cz/internet-a-pc/software/171876-socialni-internetova-sit-badoo-vyuziva-kontakty-z-e-mailu-uzivatelu.html>>
13. Informační list YouTube. *Youtube.com* [online]. 2010 [cit. 2010-03-19]. Dostupný z WWW: <[http://www.youtube.com/t/fact\\_sheet](http://www.youtube.com/t/fact_sheet)>
14. Internet Relay Chat. *LivingInternet.com* [online]. c2010 [cit. 2010-04-16]. Dostupný z WWW: <<http://www.livinginternet.com/r/r.htm>>
15. Internet. *Wikipedie* [online]. 2010 [cit. 2010-02-03]. Dostupný z WWW: <<http://cs.wikipedia.org/wiki/Internet>>
16. Internetová diskuze. *Wikipedie* [online]. 2010 [cit. 2010-02-04]. Dostupný z WWW: <[http://cs.wikipedia.org/wiki/Internetová\\_diskuse](http://cs.wikipedia.org/wiki/Internetová_diskuse)>
17. *Internetové vyhledávače a katalogy* [online] [cit. 2010-03-18]. Dostupný z WWW: <<http://www.ataxo.cz/info/vyhledavace>>
18. Internetový vyhledávač. *Wikipedie* [online]. 2010 [cit. 2010-02-05]. Dostupný z WWW: <<http://cs.wikipedia.org/wiki/Vyhledávač>>
19. JANOVSKEÝ, Dušan. HTML editory. *Jakpsatweb* [online]. 3.12.2009 [cit. 2010-03-18]. Dostupný z WWW: <<http://www.jakpsatweb.cz/editory.html>>
20. Každý den počítačové piráty rozešlou přes 150 miliard nevyžádaných e-mailů. *Novinky.cz : Internet a PC* [online]. 2009 [cit. 2010-02-04]. Dostupný z WWW: <<http://www.novinky.cz/internet-a-pc/182067-kazdy-den-pocitacovi-pirati-rozeslou-pres-150-miliard-nevyzadanych-e-mailu.html>>

21. Komunitní síť pod útokem: Hackeři napadli Twitter i Facebook. *Ihned.cz : Digi a věda* [online]. 2009 [cit. 2010-03-04]. Dostupný z WWW: <<http://digiweb.ihned.cz/c1-37998070-komunitni-site-pod-utokem-hackeri-napadli-twitter-i-facebook>>
22. KRČMÁŘ, Petr. Úskalí licence ICQ: mnoho neznámých omezení. *Root.cz : Legislativa a zákony* [online]. 15.5.2007 [cit. 2010-03-18]. Dostupný z WWW: <<http://www.root.cz/clanky/uskali-licence-icq-mnogo-neznamych-omezeni>>
23. MAŠEK, Jaroslav. *Web 2.0 a jeho vliv na oblast vzdělávání* [online]. 2009 [cit. 2010-03-04]. Dostupné z WWW: <[http://it.pedf.cuni.cz/strstud/edutech/2008\\_Web20\\_Masek](http://it.pedf.cuni.cz/strstud/edutech/2008_Web20_Masek)>.
24. MCCLURE, Stuart a kol. *Hacking bez záhad – Tajemství a možnosti zabezpečení sítě*. 1. vyd. Praha: Grada, 2007. 520 s. ISBN 978-80-247-1502-5
25. MIXA, Marek. *Sociální síť* [online]. 31.1.2010 [cit. 2010-03-15]. Dostupný z WWW: <<http://www.mixa.name/socialni-site>>
26. Něco o Skype. *Skype* [online]. 2009 [cit. 2010-03-18]. Dostupný z WWW: <<http://skype.webgarden.name/menu/neco-o-skype>>
27. NOVÁK, Antonín. *ICQ viry se šíří!* [online]. 15.11.2006, www, [cit. 2010-04-15]. Dostupný z WWW: <<http://great-webdesign.cz/icq-viry-se-siri.phtml>>
28. NOVÁK, Antonín. *ICQ, MSN, Skype - kterého IM klienta si vybrat?* [online]. 14.5.2007 [cit. 2010-03-18]. Dostupný z WWW: <<http://great-webdesign.cz/icq-msn-skype-jakeho-klienta-si-vybrat.phtml>>
29. *Ochrana emailové schránky proti spamu a virům* [online]. 23.4.2008 [cit. 2010-03-18]. Dostupný z WWW: <<http://www.kn.vutbr.cz/docs/conf/antispam/index.html>>
30. O'REILLY, Tim. *What Is Web 2.0* [online]. 30.9.2005 [cit. 2010-04-14]. Dostupný z WWW: <<http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>>



31. *OSCAR protocol* [online]. 2005 [cit. 2010-02-06]. Dostupný z WWW: <<http://iserverd.khstu.ru/oscar>>
32. PINKAVA, Jaroslav. Phishing aneb rhybaření. *Interval.cz* [online]. 26.7.2006 [cit. 2010-03-19]. Dostupný z WWW: <<http://interval.cz/clanky/phishing-aneb-rhybareni-1>>
33. ROSTECKÝ, Jiří. Korigujeme oprávnění přátel na Facebooku. *Objevit.cz* [online]. 1.3.2010 [cit. 2010-04-15]. Dostupný z WWW: <<http://objevit.cz/korigujeme-opravneni-pratel-na-facebooku-t340>>
34. SEDLÁK, Jan. Facebook slaví 300 milionů uživatelů a začíná vydělávat. *Živě Computer : Sociální sítě* [online]. 16.9.2009 [cit. 2010-03-15]. Dostupný z WWW: <<http://www.zive.cz/bleskovky/facebook-slavi-300-milionu-uzivatelu-a-zacina-vydelavat/sc-4-a-148842/default.aspx>>
35. *SMTP protokol (Simple Mail Transfer Protocol)* [online]. 17.11.2004 [cit. 2010-03-18]. Dostupný z WWW: <[http://support.kerio.com/index.php?\\_m=knowledgebase&\\_a=viewarticle&kbarticleid=189](http://support.kerio.com/index.php?_m=knowledgebase&_a=viewarticle&kbarticleid=189)>
36. *Statistics of browsers* [online]. 2010 [cit. 2010-02-03]. Dostupný z WWW: <<http://gs.statcounter.com/#browser-ww-monthly-200901-201002-bar>>
37. SULER, John. *The Psychology of Cyberspace* [online]. 1996 [cit. 2010-02-05]. Dostupný z WWW: <<http://www-usr.rider.edu/~suler/psycyber/psycyber.html>>
38. ŠTORKÁN, Vojtěch. Kauza: ukradené tajné fotky z Libimseti.cz. *Šedá zóna* [online]. 7.11.2008 [cit. 2010-03-04]. Dostupný z WWW: <<http://www.sedazona.cz/2008/11/kauza-ukradene-fotky-z-libimseticz>>
39. TOPINKA, Jan. Instant messaging - kecálkové. *Katalog notebooků : Slovník pojmů* [online]. 12.7.2007 [cit. 2010-03-18]. Dostupný z WWW: <<http://clanky.katalognotebooku.cz/slovník-pojmu-notebooky/1454-instant-messaging-kecalkove>>

40. TŮMA, Ondřej. *Phishingový útok na Českou Spořitelnu* [online]. 2008 [cit. 2010-02-06]. Dostupný z WWW: <<http://hash.webjet.cz/index.php?module=HArticles&action=articles&detail=145>>
41. Typy aukcí. *Aukea.cz* [online]. 2009 [cit. 2010-03-19]. Dostupný z WWW: <<http://www.aukea.cz/-/jak-to-funguje.aspx>>
42. VESELÝ, Martin. Skype. *Root.cz* [online]. 24.2.2005 [cit. 2010-03-18]. Dostupný z WWW: <<http://www.root.cz/clanky/skype>>
43. VoIP [online]. 2010 [cit. 2010-02-04]. Dostupný z WWW: <<http://www.fcc.gov/voip>>
44. VŠETEČKA, Roman. *Internet skrývá nové nebezpečí nejen pro vaše bankovní účty* [online]. 2005 [cit. 2010-02-06]. Dostupný z WWW: <[http://technet.idnes.cz/internet-skryva-nove-nebezpeci-nejen-pro-vase-bankovni-ucty-prp-/sw\\_internet.asp?c=A050329\\_030214\\_bezpecnost\\_vse](http://technet.idnes.cz/internet-skryva-nove-nebezpeci-nejen-pro-vase-bankovni-ucty-prp-/sw_internet.asp?c=A050329_030214_bezpecnost_vse)>
45. WERNER, Lukáš. Kvůli Facebooku se propouští. Už i v Česku. *Týden.cz* [online]. 20.7.2009 [cit. 2010-03-15]. Dostupný z WWW: <[http://www.tyden.cz/rubriky/domaci/kvuli-facebooku-se-propousti-uz-i-v-cesku\\_129484.html](http://www.tyden.cz/rubriky/domaci/kvuli-facebooku-se-propousti-uz-i-v-cesku_129484.html)>
46. ZÁMEČNÍK, Petr; KRČMÁŘ, Petr. Analýza zabezpečení internetového bankovníctví v České republice. *Měšec.cz* [online]. 29.5.2005 [cit. 2010-03-19]. Dostupný z WWW: <[http://i.iinfo.cz/urs-att/Mesec.cz-studie\\_int.bankovnictvi-112002647608700.pdf](http://i.iinfo.cz/urs-att/Mesec.cz-studie_int.bankovnictvi-112002647608700.pdf)>

## Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce

Prohlašuji, že

- jsem byl seznámen s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. – autorský zákon, zejména § 35 – užití díla v rámci občanských a náboženských obřadů, v rámci školních představení a užití díla školního a § 60 – školní dílo;
- beru na vědomí, že Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava (dále jen VŠB-TUO) má právo nevýdělečně, ke své vnitřní potřebě, bakalářskou práci užít (§ 35 odst. 3);
- souhlasím s tím, že bakalářská práce bude v elektronické podobě archivována v Ústřední knihovně VŠB-TUO a jeden výtisk bude uložen u vedoucího bakalářské práce. Souhlasím s tím, že bibliografické údaje o bakalářské práci budou zveřejněny v informačním systému VŠB-TUO;
- bylo sjednáno, že s VŠB-TUO, v případě zájmu z její strany, uzavřu licenční smlouvu s oprávněním užít dílo v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- bylo sjednáno, že užít své dílo, bakalářskou práci, nebo poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠB-TUO, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly VŠB-TUO na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše).

V Ostravě dne .....

.....  
jméno a příjmení studenta

Adresa trvalého pobytu studenta:

Nábřeží SPB 648/74, Ostrava – Poruba, 708 00

## Seznam příloh

### Příloha 1: Dotazník - Internetové služby v reálném životě

#### Základní informace

**Jste:**

- ☐ Muž
- ☐ Žena

**Uved'te prosím Váš věk:**

**Ve kterém ročníku se právě nacházíte?**

- ☐ 1. ročník
- ☐ 2. ročník
- ☐ 3. ročník
- ☐ 4. ročník
- ☐ 5. ročník

**Jaký obor studujete?**

- ☐ B - Aplikovaná informatika
- ☐ B - Ekonomická žurnalistika
- ☐ B - Ekonomika a management
- ☐ B - Ekonomika a právo v podnikání
- ☐ B - Ekonomika podniku
- ☐ B - European Business Studies
- ☐ B - Eurospráva
- ☐ B - Finance
- ☐ B - Hospodářská politika a správa
- ☐ B - Kvantitativní metody v ekonomice
- ☐ B - Management
- ☐ B - Marketing a obchod
- ☐ B - Metody řízení a rozhodování v ekonomice
- ☐ B - Národní hospodářství
- ☐ B - Regionální rozvoj

- ☐ B - Sportovní management
- ☐ B - Systémové inženýrství a informatika
- ☐ B - Účetnictví a daně
- ☐ B - Veřejná ekonomika a správa
- ☐ N - Aplikovaná informatika
- ☐ N - Ekonomika a právo v podnikání
- ☐ N - Ekonomika a právo v žurnalistice
- ☐ N - Ekonomika podniku
- ☐ N - Eurospráva
- ☐ N - Finance
- ☐ N - Kvantitativní podpora managementu
- ☐ N - Management
- ☐ N - Marketing a obchod
- ☐ N - Národní hospodářství
- ☐ N - Regionální rozvoj
- ☐ N - Sportovní management
- ☐ N - Systémové inženýrství a informatika
- ☐ N - Veřejná ekonomika a správa
- ☐ N - Účetnictví a daně

## Internet

### Máte doma internet?

- ☐ Ano
- ☐ Ne

### Jak rychlý máte internet?

- ☐ méně než 2 Mbps
- ☐ 2 - 4 Mbps
- ☐ 4 - 8 Mbps
- ☐ 8 - 10 Mbps
- ☐ více než 10 Mbps

**Jaký druh připojení máte k internetu?**

- ☐ Dial-up
- ☐ ISDN
- ☐ ADSL (O2)
- ☐ Kabelová televize (UPC)
- ☐ WIFI
- ☐ Satelit
- ☐ nemám doma internet
- ☐ nevím, jaké mám připojení k internetu

**Vlastníte připojení k internetu prostřednictvím mobilního telefonu?**

- ☐ Ano
- ☐ Ne

**Kolik Kč měsíčně za internet platíte?**

- ☐ méně než 150,- Kč
- ☐ 151,- Kč až 300,- Kč
- ☐ 301,- Kč až 500,- Kč
- ☐ 501,- Kč až 700,- Kč
- ☐ více než 701,- Kč
- ☐ nemám doma internet, neplatím tedy nic

**Kolik času na internetu průměrně za den strávíte?**

- ☐ méně než 1 hodinu
- ☐ 1 – 2 hodiny
- ☐ 2 – 3 hodiny
- ☐ 3 – 4 hodiny
- ☐ 4 – 5 hodin
- ☐ 5 – 6 hodin
- ☐ více než 6 hodin

**Uved'te prosím na zobrazené škále, v jaké míře používáte internet u jednotlivých položek (1 = používám nejčastěji, 5 = používám nejméně)**

Zábava:	(nejčastěji) 1-2-3-4-5 (nejméně)
Práce:	(nejčastěji) 1-2-3-4-5 (nejméně)
Škola a studium:	(nejčastěji) 1-2-3-4-5 (nejméně)
Hledání informací:	(nejčastěji) 1-2-3-4-5 (nejméně)
Komunikace:	(nejčastěji) 1-2-3-4-5 (nejméně)
Navazování a udržování vztahů:	(nejčastěji) 1-2-3-4-5 (nejméně)

**Jste si vědomi nebezpečí a hrozeb vyskytujících se v prostředí internetu?**

- ☐ Ano
- ☐ Spíše ano
- ☐ Spíše ne
- ☐ Ne
- ☐ Nevím

### **Sociální sítě**

**Jaké sociální sítě využíváte?**

- ☐ Facebook
- ☐ Lide.cz
- ☐ Libimseti
- ☐ Twitter
- ☐ MySpace
- ☐ Badoo
- ☐ žádnou, ale přemýšlím o nějaké
- ☐ neuvžívám a taky nechci
- ☐ Ostatní:

**Kolik přátel máte na sociální síti Facebook?**

- ☐ méně než 10 přátel
- ☐ 11 - 30 přátel
- ☐ 31 - 50 přátel
- ☐ 51 - 80 přátel
- ☐ 81 - 100 přátel
- ☐ více než 100 přátel
- ☐ nemám účet na Facebooku

**Kolik času strávíte na sociálních sítích v průměru za den?**

- ☐ méně než 1 hodinu
- ☐ 1 – 2 hodiny
- ☐ 2 – 3 hodiny
- ☐ 3 – 4 hodiny
- ☐ 4 – 5 hodin
- ☐ 5 – 6 hodin
- ☐ více než 6 hodin

**Máte ve Vámi užívané sociální síti důvěru? Například, jestli jsou schopny ochránit Vaše soukromé údaje a fotografie, nebo jestli tyto údaje neposkytují různým firmám, které se poté na Vás zaměřují jako na cílového zákazníka prostřednictvím reklamy?**

- ☐ Ano
- ☐ Spíše ano
- ☐ Spíše ne
- ☐ Ne
- ☐ Nevím

**Myslíte si, že jsou sociální síti obecně bezpečné?**

- ☐ Ano
- ☐ Spíše ano
- ☐ Spíše ne
- ☐ Ne



- ☐ Nevím
- ☐ Neuvažoval(a) jsem o tom

## Služby pro komunikaci I.

### Využíváte službu chat?

- ☐ Ano
- ☐ Ne

### Jak dlouhou dobu strávíte na službě Chat?

- ☐ méně než 1 hodinu
- ☐ 1 – 2 hodiny
- ☐ 2 – 3 hodiny
- ☐ 3 – 4 hodiny
- ☐ 4 – 5 hodin
- ☐ více než 5 hodin
- ☐ nepoužívám chat

### Který komunikační program užíváte nejčastěji?

- ☐ ICQ
- ☐ Miranda
- ☐ Qip
- ☐ Jiný

### Z jakého důvodu daný program využíváte nejčastěji?

### Využíváte službu Skype?

- ☐ Ano
- ☐ Ne

### Co je důvodem, že službu Skype využíváte?

- ☐ Telefonování (pouze hlas)
- ☐ Videokonference (hlas a obraz)
- ☐ Psaní (chat)

- ☐ nepoužívám Skype
- ☐ Ostatní:

## Služby pro komunikaci II.

**Do jaké role byste se zařadili, co by využívání internetové diskuze?**

- ☐ Aktivní účastník /přispívám/
- ☐ Pasivní účastník /převládá čtení/
- ☐ Neužívám

## Co podle Vás na internetu převažuje?

- ☐ Plnohodnotná a zajímavá diskuze s náhledy ze všech možných stran
- ☐ Diskuze obsahující nesmyslné a urážlivé příspěvky
- ☐ Obě možnosti v takřka rovnoměrném vyvážení

## Kolik e-mailových schránek vlastníte?

- ☐ 1 e-mail
- ☐ 2 e-mailů
- ☐ 3 e-mailů
- ☐ 4 e-mailů
- ☐ více než 5 e-mailů

## Jaké typy e-mailových schránek vlastníte?

- ☐ Seznam
- ☐ Post
- ☐ Email
- ☐ Centrum
- ☐ Yahoo
- ☐ Spolužáci
- ☐ Gmail /Google/
- ☐ Hotmail Live /Windows/
- ☐ Ostatní:

### **Kolik e-mailů za týden přibližně odešlete?**

- ☐ méně než 5 e-mailů
- ☐ 5 – 10 e-mailů
- ☐ 11 – 15 e-mailů
- ☐ 16 – 20 e-mailů
- ☐ více než 20 e-mailů

### **K jaké roli byste se přiřadili ohledně služby Seznamka?**

- ☐ Aktivní uživatel /vkládám inzeráty/
- ☐ Pasivní uživatel /převládá čtení/
- ☐ Neužívám seznamku

### **Vyhledávání v mapách a informacích**

**Vyberte z následující možností jednu odpověď, se kterou se ztotožňujete:**

- ☐ Využívám nejčastěji internetovou mapu
- ☐ Využívám nejčastěji aplikaci Google Earth
- ☐ Využívám GPS navigaci
- ☐ Spoléhám se na klasické tištěné mapy

### **Jaký typ internetové mapy využíváte?**

- ☐ Mapy.cz (Seznam)
- ☐ Google Maps
- ☐ Atlas mapy
- ☐ neužívám žádné
- ☐ Ostatní:

### **Které internetové prohlížeče používáte?**

Internet Explorer:	1. místo – 2. místo – 3. místo
Mozilla Firefox:	1. místo – 2. místo – 3. místo
Opera:	1. místo – 2. místo – 3. místo
Google Chrome:	1. místo – 2. místo – 3. místo
Jiný:	1. místo – 2. místo – 3. místo

**Pro vyhledávání informací nejčastěji používáte:**

- ☐ Internetový vyhledávač
- ☐ Internetové encyklopedie a slovníky
- ☐ Klasickou knihovnu
- ☐ Ostatní:

**Prezentace na internetu**

**Vlastníte internetové stránky?**

- ☐ Ano
- ☐ Ne

**Jakým způsobem jste Vaše stránky vytvořili?**

- ☐ Zdrojovým kódem
- ☐ Design již byl vytvořen, píšu jen text a dodávám obrázky, videa
- ☐ Nevím
- ☐ Nemám internetové stránky

**Vlastníte blog?**

- ☐ Ano
- ☐ Ne

**Víte, co to je služba Google Analytics a k čemu slouží?**

- ☐ Ano
- ☐ Ne

**Užíváte službu Google Analytics?**

- ☐ Ano
- ☐ Ne
- ☐ Užívám jinou podobnou službu

**Internetové obchodní transakce**

**Nakupovali jste již přes e-shop?**

- ☐ Ano
- ☐ Ne

### **Které zboží na internetu nakupujete?**

- Foto (fotoaparáty, objektivy, digit. fotorámečky, brašny...)
- TV, video, audio (TV, set-top boxy, MP3 přehrávače, DVD přehrávače...)
- Mobily, GPS (telefony, GPS navigace, handsfree...)
- PC a kancelář (notebooky, tiskárny, monitory, pevné disky...)
- Bílé zboží (pračky, lednice, vysavače, domácí pekárny...)
- Oblečení, kosmetika, zdraví (oblečení, parfémy, šperky...)
- Dětské zboží (hračky, dětské oblečení, kočárky, stolní hry...)
- Auto-moto (pneumatiky, střešní boxy, autobaterie...)
- Sport (lyže, brusle, hokej, fotbal...)
- Dům a zahrada (nábytek, sekačky, vrtačky, bazény...)
- Hobby (chovatelství, hudební nástroje, jídlo a nápoje...)
- Filmy, knihy, hry (hudba, knihy, hry pro PC...)
- Zážitky a ubytování (Lázně & wellnes balíčky, zážitky...)
- Sexuální a erotické pomůcky
- Nenakupuji přes e-shop

### **Jakou formou platíte za zboží nakoupené v e-shopu?**

- Bankovním převodem
- Platební kartou
- Dobírkou
- Úvěrem
- Platbou při převzetí
- ePlatbou, PayPal, PaySec
- nenakupuji přes e-shop

### **Využíváte možností zprostředkovaných plateb? (ePlatba, PayPal, PaySec...)**

- ☐ Ano
- ☐ Ne

**Využíváte nebo jste již využili internetové aukce?**

- ☐ Ano
- ☐ Ne

**Využíváte internetové bankovníctví?**

- ☐ Ano
- ☐ Ne

**Závěr**

**Chcete něco dodat?**